

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра міжнародних економічних відносин

Рег. № _____

«До захисту»
Зав. кафедрою:
проф. Голіков А.П.

**МЕКСИКА У СВІТОВОМУ
ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ:
СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

(дипломна робота магістра)

Виконала:
студентка 5-го курсу
група УО-51

І.В. Ус

Науковий керівник:
к.г.н., доцент

Ю.П. Грицак

Харків 2009

ЗМІСТ

Вступ	3
Розділ 1. МЕТОДИКА МАКРОЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗА	
ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ КРАЇНИ	5
1.1. Туристська індустрія як об'єкт дослідження	5
1.2. Фактори, що впливають на розвиток туристської отрасли	8
1.3. Економічні і фінансові показники індустрії туризму	16
1.4. Вимір економічної дії туризму	20
1.5. Вплив розвитку туризму на економіку	23
1.6. Оцінка глобальної конкурентоспроможності туризму	29
1.7. Висновки з першого розділу	34
Розділ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В МЕКСИЦІ	35
2.1. Загальні відомості про країну	35
2.2. Туристичні ресурси Мексики	39
2.3. Курорти Мексики	46
2.4. Інфраструктура туризму	54
2.5. Основні показники розвитку туристичної галузі	57
2.6. Висновки з другого розділу	59
Розділ 3. ОЦІНКА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В МЕКСИЦІ	60
3.1. Місце Мексики на світовому туристичному ринку	60
3.2. Структура індустрії туризму Мексики	63
3.3. Вплив туризму на економіку Мексики	67
3.4. Конкурентоспроможність індустрії туризму Мексики	79
ВИСНОВКИ	84
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:	87
ДОДАТКИ	93

ВСТУП

Туризм – найбільш ефективна форма пізнавального відпочинку, яка включає як підвищення освітнього рівня під час туристської подорожі, так і розвагу, відпочинок. Міжнародний туризм визначається як складна територіально-рекреаційна система, яка складається з різноманітних компонентів, які призначені виконувати функції – задоволення попиту на міжнародні туристські послуги [2].

Об'єктом дослідження в роботі є туристська індустрія Мексиці – країни, в якій туризм за обсягом валютних надходжень займає друге місце після торгівлі нафтою і газом.

Предметом дослідження є сучасний стан, тенденції та перспективи розвитку країни.

Мета роботи: оцінка рівня розвитку та перспективної динаміки туристської індустрії Мексики та її місця в світовому туристському бізнесі.

Для досягнення мети вирішувалися наступні задачі:

- вибір методики;
- аналіз сучасного стану туристської індустрії Мексики;
- виконання розрахунків з оцінки перспектив розвитку галузі.

В основі методологічного дослідження є головні положення теорії суспільної географії, які закладено в працях О.І. Шаблія, О.Г. Топчієва, Е.Б. Алаєва, С.І. Іщука. А теоретико-методологічні положення географії туризму розроблені в працях О.О. Любіцевою, В.С. Преображенським, В.К. Бабарицькою, М.П. Крачилом. Теоретичні розробки у галузі економіки та організації туризму зустрічаються у зарубіжних вчених: Р. Дж. Джонсона, Д. Харвея, П. Хаггета, Я. Гезгали.

В основі методологічного підходу для вивчення туристської галузі є дослідження туристського ринку як цілісної системи, утвореної взаємодією структурних компонентів. Для цього застосовуються такі методи досліджен-

ня як картографічний, історичний, описовий, порівняльно-географічний, регіонально-статистичний тощо.

Науковою новизною роботи можна вважати:

- поглиблені, доповнені теоретико-методологічні положення суспільно-географічного дослідження туристичного комплексу;
- виявлення структурних компонентів в розвитку індустрії туризму та їх причинно-наслідкових зв'язків, що дозволяє визначитись із напрямками оптимізації територіальної організації туристичного ринку Північної і Латинської Америки.

Практичне значення роботи: робота може бути використана як додатковий матеріал, довідкове і методичне допоміжне джерело для студентів економічних і географічних спеціальностей.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків; містить таблиці, статистичні додатки, список використаних джерел; викладена на 99 сторінках.

Розділ 1.

МЕТОДИКА МАКРОЕКОНОМІЧНОГО АНАЛИЗА ТУРИСТСЬКОЇ ІНДУСТРІЇ КРАЇНИ

1.1. Туристська індустрія як об'єкт дослідження

Всесвітня туристська організація (ВТО) визначає туризм як «загальне поняття для всіх форм тимчасового виїзду людей з місця постійного проживання з оздоровчою метою і (або) з метою задоволення пізнавальних інтересів у вільний час або з професійно-діловою метою без заняття оплачуваною діяльністю в місті тимчасового перебування».

Туристська індустрія – це сукупність готелів й інших засобів розміщення, засобів транспорту, об'єктів пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного й іншого призначення, організацій, що здійснюють туроператорську і турагентську діяльність, а також організацій, що надають екскурсійні послуги й послуги гідів-перекладачів.

Сукупність послуг та товарів туристського призначення створює поняття «туристський продукт». Турпродукт включає:

- тури, об'єднані за цілеспрямованістю (пізнавальні, оздоровчі і т. п.);
- туристсько-екскурсійні послуги різних видів (розміщення, харчування, транспортні послуги і т. д.);
- товари туристсько-сувенірного призначення (карти, листівки, сувеніри та ін.).

У сфері туризму діють різноманітні типи підприємств, що здійснюють туристичну діяльність:

- організатори туризму (тур оператори і туристичні агентства);
- перевізники;
- готелі й інші підприємства системи розміщення;
- підприємства громадського харчування, заклади системи розваг;
- інші туристичні й суміжні з ними послуги, до яких варто віднести: підприємства банківської сфери, послуг страхування, інформації та інші.

Як вихідний пункт при побудові класифікації туризму доцільно взяти основну мету подорожі, або функціональність. Базуючись на визначенні «тимчасовий відвідувач», найбільш загальні поняття, можна побудувати класифікацію в такий спосіб (за А.Ю. Александровою [2]):

- рекреаційний туризм (відпочинок і лікування);
- екскурсійний туризм (знайомство з культурними, історичними й природними визначними пам'ятками);
- науковий туризм (участь у наукових нарадах, знайомство з науковими відкриттями й т.д.);
- діловий туризм (візити для проведення ділових зустрічей);
- етнічний туризм (подорожі для зустрічей з родичами);
- пригодницький туризм (похідні експедиції, полювання і т.д.);
- спортивний туризм (подорожі для занять спортом);
- навчальний туризм;
- релігійний туризм (подорожі до місць, які шануються віруючими);
- розважальний туризм (відвідування святкових заходів).

Туризм також класифікують: за основним заняттям, за способом пересування; за сезонністю, за складом туристів, за тривалістю, за характером навантаження; за формами організації, за охопленням території, за ступенем організованості, за принципом оплати та організації продажу туристських послуг, за використанням засобів розміщення в поїздах [1].

Організаційними формами туризму є міжнародний і внутрішній туризм. Внутрішній туризм – це вітчизняний туризм, мешканці будь-якої країни подорожують цією країною. Міжнародний туризм – це туризм в іншу країну, це система подорожей, які здійснюються на основі міждержавних угод [7].

Створення туристського продукту базується на цільовому і раціональному використанні туристських ресурсів. Основою цього процесу є туристський інтерес і туристські враження.

Туристський інтерес – перспектива одержання туристом об'єктивної інформації, позитивних емоцій і потенційна можливість задоволення його по-

треб у конкретному туристському продукті, заснованому на визначеному комплексі туристських ресурсів, що є об'єктами туристського інтересу [6].

Об'єкти туристського інтересу – місця, привабливі для туристів завдяки природним чи штучно створеним рисам (природа, кліматичні умови, визначні пам'ятки і т.д.). Основними характеристиками об'єктів туристського інтересу є:

- привабливість для туристів;
- пізнавальна цінність (зв'язок об'єкта з конкретним історичним суб'єктом, життям і творчістю відомих людей. Естетичні достоїнства);
- рекреаційна цінність (можливість використання об'єкта для організації відпочинку й оздоровлення туристів);
- популярність (популярність серед туристів);
- незвичайність (екзотичність);
- виразність (взаємодія об'єкта з навколишнім середовищем, будинками, спорудженнями, природою);
- збереженість (стан об'єкта, його підготовленість до прийому туристів);
- місце розташування (відстань до об'єкта, зручність під'їзду до нього, придатність дороги для пересування автотранспорту, природна обстановка, що визначає об'єкт).

Щоб об'єкти туристичного інтересу були використані з метою туризму, необхідний розвиток матеріально-технічної бази туристської індустрії і відповідної інфраструктури, що забезпечують доведення до потенційного туриста необхідної і достатньої інформації про дані об'єкти, комфортну і безпечну доставку туристів до них, розміщення, харчування, розваги [29].

Туристські ресурси – сукупність природних і штучно створених людиною об'єктів, придатних для використання в процесі і з метою туризму. Виділяють безпосередні і непрямі туристські ресурси. До першого відносяться природні і культурно-історичні ресурси, другі (інфраструктурні) залучаються для освоєння і використання власне туристських ресурсів.

Компоненти пропозиції певного туристського регіону можуть бути розбиті на 4 основні категорії:

- 1) природні ресурси;
- 2) інфраструктура;
- 3) матеріально-технічна база туризму, яка включає: туроператорів і турагентів, підприємства розміщення, підприємства харчування і торгівлі, автотransпортні підприємства і т. п.;
- 4) культурні ресурси гостинності.

Усвідомлення крихкості навколишнього середовища і її нерозривної єдності з людським суспільством привело до формування концепції стійкого туризму. Стійкість у туризмі означає:

- раціональне використання природного і культурного потенціалу на основі програмно-цільового підходу до розвитку туризму;
- перехід підприємств туризму на ресурсозберігаючі технології;
- скорочення виробничих відходів; застосування транспортних засобів, що мінімально забруднюють середовище;
- залучення місцевого населення в процес прийняття рішень щодо розвитку туризму;
- партнерство у взаєминах суспільного і приватного секторів;
- сприяння туризму соціально-економічному підйому окремих територій і цілих держав.

1.2. ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА РОЗВИТОК ТУРИСТСЬКОЇ ОТРАСЛІ

В даний час фахівці виділяють п'ять груп чинників, що впливають на формування туристських потреб, а значить, і на успішне функціонування туристського центру і туристського підприємництва:

1. Природні чинники – природні багатства, доступні для туристів (географічне положення місця відпочинку, клімат, флора, фауна, близькість до води, комфортні і привабливі, красиві природні об'єкти і ін.).

2. Соціально-економічні чинники – розвиток місця відпочинку (мова, економічний і культурний рівень розвитку країни).

3. Матеріальна база туристської індустрії – основні наземні споруди для задоволення потреб туристів з точки зору зручностей і естетичного сприйняття (готелі, підприємства харчування, дозвілля, спортивно-курортні споруди і т.п.). Важливими є рівень комфорту, архітектурне вирішення об'єкту матеріальної бази, його відповідність культурі, навколишній архітектурі або природі, національним особливостям, а також вигляду туризму (відпочинку, спорту, діловій поїздки і т.д.).

4. Інфраструктура місця відпочинку – наземні і підземні споруди, необхідні для задоволення потреб туристської індустрії (комунікації, під'їзні шляхи, освітлення, пляжі, стоянки, садово-паркові господарства і ін.).

5. Туристська пропозиція (ресурси гостинності) – культурне багатство туристського центру. Гостинності в туризмі надається велике значення. Успіху туризму сприяють: мистецтво, література, музика, театр, наявні в туристському центрі.

Ресурсами гостинності можуть служити фольклорні свята, національні галереї мистецтв, фестивалі і багато що інше, здатне зацікавити, залучити туриста, у тому числі екскурсійні, пізнавальні, спортивні, розважальні, курортні, рекреаційні пропозиції.

Світовий туризм розвивається досить інтенсивно. При цьому в туризмі складається висока конкуренція. І тому чинники розвитку і успіху підприємництва хвилюють всі туристські підприємства. Фахівці виділяють сім чинників, що впливають на конкурентоспроможність туристського обслуговування:

- 1) якість;
- 2) надійність;
- 3) безпека;
- 4) виправданість ціни;
- 5) сегментація споживачів;
- 6) сезонна диференціація цін;

7) диференційована система знижок.

Якість – один з основних чинників, без якого немає попиту і клієнтури. Якість – досить складна величина в туризмі, що має комплексний характер. Що стосується туристського продукту (туру), то як мінімум в поняття якості входять: споживча якість кожної окремої послуги, відповідність набору послуг типові і вигляду подорожі, оптимальність програми і технології обслуговування, відповідність всіх послуг рівню обслуговування і т.д.

Надійність – відповідність реального обслуговування рекламі і інформації. Клієнт має бути упевнений в тому, що отримає під час обслуговування саме те, за що заплатив. При деяких змінах в програмі надання послуг, які можуть статися з різних, у тому числі і з об'єктивних причин, йому мають бути гарантовані дотримання стандартів обслуговування і, в крайньому випадку, відповідні компенсації.

Безпека – важливий момент, що робить великий вплив на вибір напрямку і вигляду відпочинку, подорожі. Безпека в туризмі залежить від багатьох чинників (політичної обстановки, стану довкілля та ін.), які необхідно враховувати при плануванні туристського обслуговування. У систему заходів по забезпеченню безпеки туристів входять: запобігання ризику для туристів, пов'язаного з природними і техногенними катастрофами в туристських центрах; запобігання епідеміологічним, бактеріологічним та іншим медичним ризикам і дотримання відповідних формальностей; організація безпеки туристів під час перевезення; страхування туристів в подорожі, а також страхування відповідальності туристських організацій; створення спеціальної туристської поліції і сек'юриті. І досить важливим при цьому є повне інформування туристів про можливі ризики, правила їх запобігання, а також про гарантії їх безпеки.

Виправданість ціни. Ціна повинна відповідати рівню послуг і обслуговування. Ціноутворення є найбільш важливим питанням ринкової політики підприємства. Адже в туризмі переважно саме за ціною визначається вибір товару. Цінова конкуренція збільшує увагу споживачів до питання стосовно ціни.

Сегментація споживачів. Туристське обслуговування і послуги мають бути направлені на певні цільові групи туристів (молодь, людей похилого віку, багатих або не дуже багатих людей, батьків з дітьми, спортсменів і т. д.) і орієнтуватися на потреби певних груп. Оскільки потреби різних груп споживачів значно відрізняються, туристський продукт не може бути уніфікованим. Навпаки, він має бути диференційованим, різноманітним і адресно направленим (за складом і рівнем послуг) конкретній групі споживачів. Сезонна диференціація цін необхідна в туризмі, оскільки для цієї сфери діяльності характерні сезонні коливання попиту. В цілях залучення споживачів в несезонний період і вирівнювання туристських потоків в різні періоди року необхідно диференціювати ціни залежно від сезонного попиту. У так звані пікові (високі) сезони ціни можуть підвищуватися, а в несезон (низький сезон) – знижуватися. Це служить додатковим привабливим чинником для туристів.

Диференційована система знижок – дуже привабливий чинник для придбання турів, особливо поширений в плані знижок для сімей, що мандрують з дітьми. Окрім цього в туризмі представлений цілий ряд всіляких знижок, які застосовують комбіновано або диференційовано: на групові тури, за попереднє бронювання, повторне звернення, а також для постійних клієнтів і т.д.

Урахування даних чинників при плануванні своєї діяльності дозволяє туристському підприємству стійко мати попит туристів і бути конкурентноздатним.

Держава здійснює регулювання туристської діяльності шляхом:

- створення нормативних правових актів, направлених на вдосконалення стосунків у сфері туристської індустрії;
- сприяння в просуванні туристського продукту на внутрішньому і світовому ринках;
- прямих бюджетних асигнувань на розробку і реалізацію федеральних цільових програм розвитку туризму.

Політика держави по відношенню до туризму ґрунтується на стратегії і тактиці. Під стратегією розуміється загальний напрям і спосіб використання

засобів для досягнення конкретної мети. Для досягнення цілей в конкретних умовах застосовується туристська тактика, тобто конкретні заходи і прийоми. Завданням туристської тактики є вибір оптимального рішення в даній господарській ситуації.

Багато дослідників відзначають, що у зв'язку з тим, що туристський бізнес відноситься до високорентабельної комерційної діяльності, основними оцінюючими показниками прийнято вважати прямі економічні. Соціальні показники фактично не відносяться до критерійних. Соціальний ефект у багатьох випадках не розраховується і або носить декларативний характер, або виступає у формі обмежень, наприклад екологічних. Якщо економічний ефект можна виразити кількісно, то систему показників соціального плану виміряти дуже складно і практично неможливо.

Проте як якась загальна концепція соціально-економічної оцінки розвитку туризму для крупного туристського центру або регіону можна прийняти модель, запропоновану Ю.І. Блохіним. [33]

З точки зору економіки міста і регіону в цілому туризм можна умовно розглядати як одну з її галузей. В цьому випадку порівняльну оцінку ефективності різних варіантів розвитку туризму слід проводити з врахуванням впливу цієї галузі на функціонування інших галузей. Проте, оскільки на сьогоднішній день методи і форми повного обліку непрямого економічного ефекту потребують уточнення, то в першому наближенні, абстрагуючись від вказаного впливу інших галузей, можна як критерій оптимальності прийняти прибуток, що отримується соціально-економічною сферою міста (регіону) від туристської діяльності. У загальному випадку вказаний критерій Asr може бути представлений в наступному вигляді:

$$Asr = S1 + (1-a) S2 - sr, (1)$$

де $S1$ – доходи, що знаходяться від в'їзного туризму; a – коефіцієнт передачі; $S2$ – доходи, що надходять від виїзного туризму; Sr – витрати, які несе економіка міста на розвиток туристської діяльності.

Можна відзначити наступні особливості запропонованої коду. Вказаний прибуток Asr є тією частиною прибутку, що отримує галузь, яка поступає в розпорядження міста (регіону) і витрачається поза самою галуззю (тобто частина прибутку, витрачена на розширене відтворення галузі туризму, не враховується).

Доходи $S1$ і $S2$ складаються з податкових надходжень на турфірми, а також з доходу підприємств соціально-економічної сфери міста, пов'язаних з туризмом, і, можливо, з плати за кредити, надані містом (регіоном) турфірмам.

Оскільки складовою частиною витрат Sr є інвестиції міста (регіону) в інфраструктуру туризму, які окупається лише з часом, прибуток Asr має бути дисконтован на початок періоду:

$$AS = J [S(t) + (1 - a) S2(t) - Sr(0) (1 + v)^{-t}], \quad (2)$$

де v – ставка відсотка.

Таким чином, управлінськими рішеннями (і у тому числі коефіцієнт передачі a), що приймаються, є функції часу.

Для забезпечення діяльності туризму місто також повинне вкладати в його розвиток певні кошти. Як правило, ці міські витрати носять непрямий характер і не завжди направлені на вирішення лише туристських проблем, а відносяться до витрат на поліпшення міської інфраструктури в цілому. Дійсно, готелі, дороги, музеї, нові пішохідні зони і площі потрібні не лише туризму. Витрати міста можна представити в наступному вигляді:

$$C_{R(1,2)} = C_a(N_1(t), N_2(t)) + C_{н.з}(N_1(t), N_2(t)) + \\ + C_{н.ф}(N_1(t), N_2(t)) + C_{рл}(N_1(t), N_2(t)) + C_{в.к}(N_1(t), N_2(t)), \quad (3)$$

де $C_a(N_1(t), N_2(t))$ витрати, пов'язані з підтримкою спеціального управлінського апарату; $C_{н.з}(N_1(t), N_2(t))$ витрати, направлені на створення програм розвитку туризму і розробку необхідних міських законодавчих і нормативних актів; $C_{н.ф}(N_1(t), N_2(t))$ витрати, обумовлені необхідністю створення нових і підтримки на належному рівні існуючих компонентів інфраструктури; $C_{рл}(N_1(t), N_2(t))$ витрати, пов'язані з просуванням турпродукту, включаючи рекламу мі-

ста, при організації в'їзного туризму; $CB.K(N_1(t), N_2(t))$ фінансові втрати міста, обумовлені вивозом капіталу за рубіж і в інші регіони країни при виїзному туризмі.

Складові доходів, що входять у вираження (3), можна представити в розгорнутому вигляді (окремо по прийому і відправці туристів).

Прийом туристів.

1. Прямі доходи $S1h(N_1(t))$ від в'їзного туризму у вигляді різних регіональних і федеральних податків, що сплачуються турфірмами та іншими учасниками туристського бізнесу.

2. Доходи $S1o6(N_1(t))$ від витрат туристів на обслуговування (мешкання, харчування, транспорт і інші види послуг).

3. Непрямі доходи $S1pa3(N_1(t))$ від завантаження готелів, барів, казино, ресторанів, розваг, відвідин історичних і культурних центрів.

4. Непрямі доходи $S1m(N_1(t))$ від створення додаткових робочих місць.

Відправка туристів.

1. Прямі доходи $S2h(N_2(t))$ від оподаткування туристської діяльності по відправці туристів, що сплачується турфірмами та іншими учасниками бізнесу.

2. Доходи $S1tp(N_2(t))$ від додаткового завантаження транспортних засобів і інших об'єктів сфери послуг, що залучаються при відправці туристів.

3. Непрямі доходи $S2m(N_2(t))$ від створення додаткових робочих місць в системі обслуговування по відправці туристів.

У дану систему доходів і витрат слід також включити витрати турфірм, які вони несуть при проведенні туристських заходів [41].

Держава, природно, намагається перекласти всі витрати по туристській діяльності на турфірми; ці витрати і ряд інших поборів можуть перейти критичну межу, за якою послідує колапс всієї системи туризму.

Однією з умов туристської діяльності повинне з'явитися відрахування частини доходів від виїзного туризму, система якого вистачає добре організована в місті, не вимагає вузьконаправлених капітальних витрат і може дати місту (в основному за рахунок оподаткування) до 1 млн. грн. на рік.

У даній схемі реалізується відомий принцип: "Туризм повинен розвиватися за рахунок туризму"; в основному ці засоби підуть на інфраструктуру і рекламу міста. Звичайно, міська казна при цьому нестиме певні втрати до тих пір, поки в'їзний туризм не "встане міцно на ноги", і тоді всі ці втрати будуть компенсовані.

Проте система туризму може існувати за певних умов оподаткування, орендної плати і інших поборів. Підвищення цього рівня приведе до руйнування міської системи туризму.

Основними показниками оцінки рівня туризму є в'їзні (N1) і виїзні (N2) туристські потоки, які визначаються залежностями (2). Обчислення за формулою (1), в якій фігурує коефіцієнт передачі a , визначає долю від доходів виїзного туризму, що виділяється містом на розвиток Y_{t1} і R_1 , пов'язаних з в'їзним туризмом. [40]

З аналізу поставленого завдання можна бачити, що для здобуття загального вирішення проблеми потрібно виконати основні приватні завдання.

1. Визначити стан і розвиток соціально-економічних умов в регіоні з оцінкою структурного складу суспільства по рівнях доходів і визначенням основних економічних показників, а також конкретизацією їх впливу на різні види туризму.

2. Виробити вимоги до основних показників, що характеризують рівень стану і розвитку туризму, і оцінки за ними стану туристської діяльності в регіоні по в'їзному і виїзному туризму.

3. Окремо розглянути питання просування в'їзного і виїзного туризму (через існуючі принципові їх відмінності), а саме:

- в'їзний туризм забезпечується в першу чергу рекламою переваг регіону (в основному поза його територією), яку повинна забезпечити міська адміністрація. Звідси необхідність створення спеціальної моделі подібних заходів з розглядом пайових витрат на них серед учасників організації і реалізації туристського бізнесу;

— проведення турпродукта виїзного туризму повинне покладатися безпосередньо на самі турфірми, і доля участі міських структур в цьому дуже мала, тобто це інше завдання, яке вимагає іншої моделі.

4. Для завершення постановки завдання розробити узагальнену модель туристської фірми з врахуванням залежності її діяльності від соціально-економічних умов.

5. Ввести методичні принципи оцінки міських витрат на туристську діяльність, які необхідні для замкнутості поставленого завдання.

6. Визначити N1 і N2. Розрахунки доцільно проводити шляхом усереднювання результатів, отриманих по двох методиках:

— обробка по спеціальній методиці статистичних даних по в'їзду і виїзду з подальшою побудовою прогнозних залежностей;

— побудова відповідних зв'язків вигляду (2) з подальшою оцінкою точності отриманих усереднених даних.

7. Наповнити побудовані моделі фактичним вмістом. Це зведеться до визначення відповідних компонентів витрат, які повинні виробляти турфірми і міська адміністрація для ефективного функціонування туристських заходів.

8. Створити комплекс відповідних комп'ютерних програм. [40]

1.3. ЕКОНОМІЧНІ І ФІНАНСОВІ ПОКАЗНИКИ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Система показників розвитку туризму для регіону (країни) включає:

- об'єм туристського потоку;
- середню величину туристських витрат в добу;
- стан і розвиток матеріально-технічної бази;
- показники фінансово-економічної діяльності туристської фірми;
- показники розвитку міжнародного туризму.

Туристський потік – це постійне прибуття до країни туристів. Об'єми туристських потоків характеризуються наступними показниками: загальне

число туристів; число турднів; середня тривалість перебування туристів в країні.

Для розрахунку кількості турднів необхідно помножити число відвідувачів на середню тривалість (у днів) перебування одного туриста в країні (регіоні). Інформація про турдні важлива при плануванні суспільної інфраструктури і матеріально-технічної бази туризму. Таким чином, турдні (Д) – це найбільш важлива інформація для фахівців, що працюють в туризмі:

$D = Ч \times t_{ср}$, де Ч – число туристів; $t_{ср}$ – середнє число днів, проведених в регіоні одним туристом.

Величина сумарних туристських витрат (P_j) в даному регіоні визначається таким чином:

$$P_{\Sigma} = D \times P_{ср}, \quad (4), \quad \text{де } P_{ср} \text{ – середні витрати туриста за добу.}$$

Туристський потік – явище нерівномірне. Тому були виведені коефіцієнти нерівномірності туристського потоку (K_H), які розраховуються трьома способами:

$$1) K_H = \frac{D_{\max}}{D_{\min}} \times 100 \%, \quad 2) K_H = \frac{D_{\max}}{D_{\text{год}}} \times 100 \%, \quad 3) K_H = \frac{D_{\max}}{D_{\text{см}}} \times 100 \%$$

де D_{\max} , D_{\min} – число турднів в місяці максимального і мінімального туристського потоку відповідно, люд.-днів; $D_{\text{год}}$, $D_{\text{см}}$ – річне і середньомісячне число турднів відповідно, люд.-днів.

- Показники фінансово-економічної діяльності турфірми включають:
- об'єм реалізації туристських послуг або виручку від реалізації послуг туризму;
- показники використання робочої сили (продуктивність праці, рівень витрат на оплату праці і ін.);
- показники використання виробничих фондів (фондовіддача, оборотність оборотних коштів);
- собівартість послуг туризму;
- прибуток;
- рентабельність;

— фінансові показники (платоспроможність, ліквідність, фінансова стійкість, валютне самоокуповування і ін.).

Окремо виділяються показники, що характеризують стан і розвиток міжнародного туризму:

- число туристів, що відвідали зарубіжні країни (визначається по числу перетинів державного кордону);
- число турднів по іноземних туристах;
- сумарні грошові витрати, вироблені туристами за час зарубіжних поїздок.

Ціна на турпродукт визначається методом нормативної калькуляції і включає витрати на людей, супроводжуючих групу по маршруту. Вартість туристської путівки визначається по формулі

$$Ц = \frac{И + Н + П - С \pm К}{Т + Э}, (5)$$

де Ц – ціна турпакета на одного туриста в рублях; И – собівартість послуг, що входять в турпакет туроператора; Н – непрямі податки (ПДВ) по окремих видах послуг; П – прибуток туроператора в рублях; С – знижка, що надається туроператором туристові з окремих видів послуг, що входять в турпакет; До – комісійна винагорода турагента, тур пакет що реалізується (надбавка до ціни турпакета або знижка з ціни туроператора на користь турагента); Т – кількість туристів в групі; Э – кількість супроводжуючих групу (ескорт).

Конференцією ООН з туризму і подорожей (з врахуванням рекомендацій СОТ) була розроблена і прийнята Методика обліку доходів і витрат країни по міжнародному туризму. Згідно з рекомендаціями Міжнародного валютного фонду в актив платіжного балансу по статті "Туризм" включаються наступні доходи:

- від продажу товарів і туристських послуг в'їзним і внутрішнім туристам;
- експорту товарів туристського попиту і устаткування для туристських підприємств;

- продаж інших послуг (підготовка кадрів, надання послуг фахівцями країни зарубіжним партнерам);
- транспортні витрати в'їзних туристів на внутрішній і міжнародний транспорт в країні перебування;
- інвестиції іноземного капіталу в індустрію вітчизняного туризму; кредитів, наданих іншим країнам (відсотки і відшкодування капіталу) для розвитку туризму.

У пасив платіжного балансу по статті "Туризм" включають наступні витрати:

- на придбання туристських послуг і товарів виїзними туристами в країні перебування;
- імпорт товарів, необхідних для обслуговування в'їзних туристів, у тому числі на прямий і непрямий імпорт;
- придбання інших послуг (підготовка кадрів за кордоном, оплата праці іноземних робітників і фахівців, зайнятих у сфері туризму);
- перевезення виїзних туристів зарубіжними транспортними компаніями;
- зарубіжні інвестиції на розвиток туризму в інших країнах;
- довгострокові кредити (відсотки і відшкодування капіталу), вкладені в розвиток вітчизняного туризму.

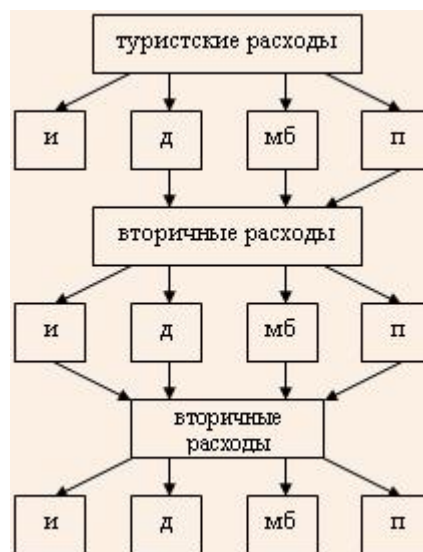
Ефективність від туристської діяльності визначається або кількістю туристів-відвідувачів в регіоні, або об'ємом діяльності (середньорічна зайнятість ліжкової бази в днях, товарообіг на одне місце в підприємствах громадського харчування, дохід від екскурсій і інших культурних заходів, валютний обмін на одного туриста і ін.) комерційних структур, що виробляють специфічний туристський продукт.

1.4. Вимір економічної дії туризму

Оцінка економічної дії туризму заснована на витратах туристів. Тут дуже поважно розглядати різні аспекти економіки, які випробовують на собі дію витрат туристів.

Розрахунок економічної дії витрат туристів виробляється за допомогою мультиплікатора. Мультиплікатор туризму – це відношення змін одного з ключових економічних показників, скажімо, виробництва (зайнятості, доходу) до зміни витрат туристів. Визначення мультиплікатора базується на кей-сианському аналізі.

Існує якийсь коефіцієнт, на який повинні помножуватися витрати туристів. Для оцінки загальної зміни виробництва ним є мультиплікатор виробництва. Для оцінки змін загального доходу використовується інший коефіцієнт, на який також повинні помножуватися витрати туристів.



(І – імпорт; Д – внутрішні вступи; МБ – місцевий бізнес; П – уряд)

Рис. 1.1. Мультиплікативний процес

Проте треба відрізнити мультиплікатор від акселератора. Перший – це відношення нових інвестицій до збільшення виробництва і доходів, а другий – відношення додаткового вжитку до зростання виробництва і доходів.

Математично мультиплікатор виражається формулою: $K = \frac{1}{1 - MPC}$, (6), де MPC – гранична схильність до вжитку; $1 - MPC$ – гранична схильність до накопичення.

Для оцінки дії витрат туристів на дохід, зайнятість і імпорт розроблені різні моделі розрахунку мультиплікатора. Одну з таких моделей розробили Арчер і Оуєн в 1971 г.:

$$\sum_{j=1}^N \sum_{i=1}^n Q_j K_{ij} V_i \frac{1}{1 - MPC \sum_{i=1}^n X_i Z_i V_i}, \quad (7)$$

де j – категорія туристів, $j = 1 \dots, N$; i – вид підприємства, $i = 1 \dots, n$; Q_j – доля витрат, вироблюваних туристами j -го типа, в загальних витратах; K_{ij} – доля витрат, що виробляються туристами j -го типа через бізнес i -го вигляду; V_i – прямі і непрямі доходи, що генеруються одиницею витрат, що здійснюються бізнесом i -го вигляду; X_i – доля витрат місцевих жителів, що здійснюються в бізнесі i -го вигляду, в загальних споживчих витратах; Z_i – доля від X_i , яка відноситься до зони, що вивчається.

При оцінці значення мультиплікатора важливо не лише вибрати методику, але і визначити вигляд мультиплікатора. Кожен вид виконує свої специфічні функції.

Мультиплікатор продажів: вимірює додаткові звороти бізнесу в результаті збільшення витрат туристів.

Мультиплікатор виробництва: вимірює обсяг додаткового виробництва в економіці за рахунок збільшення витрат туристів.

Принципова відмінність між цими двома видами полягає в тому, що в мультиплікаторові виробництва не все купівлі-продажу пов'язані з поточним виробництвом. Наприклад, деякі продажі здійснюються із складських запасів, коли частина виробленої продукції складається, а не продається.

Оцінка мультиплікатора за допомогою ще одного підходу (витрати – випуск) на відміну від попередніх моделей, що базуються на принципі часткової рівноваги, ґрунтується на принципі загальної рівноваги. Згідно з цим

принципом економіка туристської місцевості представляється в матричній формі за допомогою таблиці, аналогічній таблиці національних рахунків. Зміни витрат, обумовлених витратами туристів, визначаються по формулі

$$\Delta P = B (I - KA)^{-1} \cdot \Delta T, (8)$$

де P - витрати; B – матриця коефіцієнтів витрат, $B = m \times n$; I – матриця ідентичності (у елементарній алгебрі $I = 1$;

K – матриця, в якій величини по діагоналі відображають рівень конкурентного імпорту, пов'язаного з кожним сектором економіки, яка при зверненні до матриці A скорочує компонент внутрішнього випуску на необхідну кількість; A – матриця міжгалузевих операцій в економіці; T - витрати туристів.

Цей метод можна застосовувати також для визначення змін зайнятості залежно від збільшення витрат туристів. Тоді модель прийме вигляд:

$$\Delta L = E (I - KA)^{-1} \cdot \Delta T, (9)$$

де L – зайнятість; E – матриця коефіцієнтів зайнятості, $E = m \times n$.

Мультиплікатор доходів вимірює додаткові прибутки (заробітна плата, орендна плата, відсотки від позик і прибутку), що утворюються в економіці в результаті збільшення витрат туристів.

Мультиплікатор зайнятості характеризує кількість робочих місць, створених за рахунок додаткових витрат туристів.

Значення мультиплікатора різні залежно від характеру місцевої економіки і міри взаємозв'язаної різних її секторів. Для розробки політики і планування мультиплікатор доходу, наприклад, є найбільш коштовним, оскільки він забезпечує інформацією про національний дохід перш, ніж вироблені продукція або обіг.

Детальний аналіз мультиплікаторів виробляється з метою аналізу ефективності інвестицій державних або приватних секторів в туристські проекти на національних і регіональних рівнях, перевірки відносних величин дії різних видів туризму і дії туризму в порівнянні з іншими секторами економіки.

Наприклад, в результаті проведених СОТ розрахунків мультиплікатора продажів в туризмі і доходів від нього набуті наступних значень мультиплі-

катора продажів: для Домініканської Республіки – 1,2, Бермудських островів – 1,1, східного Карибського басейну -1,07, Антигуа – 0,88, Багамських островів – 0,78, островів Кайманових – 0,65 і так далі

Пряма дія туризму на економіку країни можна оцінити, якщо визначити його долю у ВВП. Статистичні дані показують, що лише в деяких островних державах ця доля перевищує 30% (Антигуа – 58%, Багамські острови – 52%, Бермудські острови – 35%). Це все «рекреаційні цехи» США, вся економіка яких орієнтована на прийом багатих туристів. Але навіть в таких невеликих за розміром території островних державах, як Ямайка, Кіпр, Мальта, Фіджі, доля доходів від туризму у ВВП не перевищує 20%. Це означає, що в них поряд з туризмом розвиваються і інші економічні комплекси, хоча туризм і залишається головним джерелом доходу.

Рівень розвитку туризму багато в чому залежить від фінансової системи, що діє в державі, і фінансової політики держави, що проводиться відносно туризму.

Фінансові стосунки є прийнятим в державі механізмом, за допомогою якого держава формує і використовує необхідні грошові кошти для виконання необхідних економічних, політичних і соціальних програм. Таким механізмом в досконалій державі є державний бюджет, тобто централізований фонд, використовуваний для вирішення найважливіших соціально-економічних завдань, вмісту озброєних сил і державного апарату.

Бюджет містить різні статті доходів і витрат. Статті витрат включають витрати: на державне управління, військові, соціально-економічні програми, на господарську діяльність, на зовнішньоекономічну діяльність. [6]

1.5. Вплив розвитку туризму на економіку

Туризм надає істотний вплив на економіку і розвиток регіону, сприяючи припливу валюти в країну, створенню нових робочих місць, поліпшенню інфраструктури і так далі. Для здобуття максимальної вигоди від туризму кож-

на держава розробляє туристську політику, яка є одним з видів соціально-економічної політики держави.

Туристська політика держави – це сукупність форм, методів і напрямів дії держави на функціонування сфери туризму для досягнення конкретних цілей збереження і розвитку соціально-економічного комплексу. [41]

Основні напрями туристської політики Мексики:

- захист прав мандрівних;
- захист інтересів виробників вітчизняного тур продукту;
- всесвітня підтримка внутрішнього і в'їзного туризму, яка може виявлятися у формі:

- а) прямих інвестицій у формування туристської інфраструктури;
- б) наукового і рекламно-інформаційного забезпечення просування національного турпродукту на світовому ринку;
- в) податкових і митних пільг, стимулюючих приплив інвестицій.

Туристська політика держави базується на стратегії і тактиці.

Туристська стратегія – вироблення загальної концепції розвитку і цільових програм, для реалізації яких потрібний час і великі фінансові ресурси.

Туристська тактика – конкретні заходи і прийоми досягнення поставленої мети в конкретних умовах.

Наприклад, створення сучасного високоефективного і конкурентоздатного туристського комплексу, що забезпечує широкі можливості для обслуговування мексиканців і зарубіжних громадян, а також значний внесок у розвиток економіки країни. Для реалізації цієї мети пропонується цілий ряд заходів (туристська тактика), серед яких: створення нормативно-правової бази розвитку туризму, відповідній міжнародній практиці; формування економічних механізмів стимулювання розвитку іноземного і внутрішнього туризму, залучення інвестицій в цю сферу; введення жорсткої системи сертифікації і ліцензування туристської діяльності і т.п. [40]

Будь-яка держава, що розвиває туризм, прагне досягти від нього максимальної економічної ефективності. Економічна ефективність туризму означає

здобуття виграшу (економічного ефекту) від організації туризму в масштабах держави, туристського обслуговування населення регіону, виробничо-обслуговуючої діяльності туристської фірми.

Туризм як торгівлю послугами на світовому ринку можна назвати невидимим експортом, що вносить відповідний вклад до платіжного балансу країни.

Позитивним явищем вважається той факт, коли сума ввезення туристами валюти перевищує суму вивозу валюти.

Зусилля по залученню іноземних туристів до Мексики мають деякий вплив на ситуацію платіжного балансу. Наприклад, готельно-туристська галузь в Мехіко дає столичному бюджету близько 10% доходів. Фірми, обслуговуючі туристів з-за кордону, стимулюють продаж супутніх товарів, матеріально допомагаючи національній економіці.

Ситуація балансу платежів робить прямий вплив на ВВП Мексики, величина якого визначається по формулі:

$$\text{ВВП} = C + I + G + (x - m), \quad (10)$$

де C – витрати споживачів; I – інвестиції; G – витрати уряду; x – експорт; m – імпорт.

Природно, що якщо імпорт перевищує експорт, то ВВП матиме менше значення. Тому для економіки Мексики вигідно залучати більше туристів в нашу країну і заохочувати їх витратити тут більше грошей, чим відправляти мексиканців подорожувати за кордон.

Прямий вплив туризму на економіку країни або регіону – це результат доходів туриста на покупку послуг і товарів туризму. Прямий вплив розуміється як результат вкладу грошей туристами в туристські підприємства, матеріальне забезпечення працівників туризму і створення нових робочих місць.

Витрати туристів підвищують прибуток туристського регіону, що у свою чергу веде до ланцюжка "витрати – доходи – витрати" і так далі до тих пір, поки ці зв'язки не замикають ланцюжок. Таким чином, вплив первинного

доходу унаслідок туристських витрат складно переоцінити, оскільки з ним пов'язані подальші цикли туристських витрат.

Окрім прямого впливу туристських витрат на розвиток регіону існує також непрямий вплив, або "ефект мультиплікатора", який набирає чинності у міру циркуляції туристських витрат в регіоні.

Дія мультиплікатора доходу від туризму можна продемонструвати на наступному умовному прикладі. Група іноземних туристів, подорожуючи по Мексики, витрачає на покупку товарів і послуг певну суму. Дохід тур підприємств – це їх виручка від продажу туристам послуг і товарів.

Прибуток регіону – це податки, що отримані з цієї виручки і залишаються у розпорядженні регіону.

Гроші туристів починають повністю працювати на економіку регіону, коли туристська фірма купує місцеві (регіональні) товари і послуги. Продавці цих товарів і послуг, отримавши гроші від туристів, виплачують з них заробітну плату своїм працівникам, які, у свою чергу, витрачають їх на покупку товарів, оплату послуг і так далі.

Проте якщо працівники, отримавши зарплату, витрачають її на придбання імпортованих товарів або відпочинок за кордоном, то цикл замикається і відбувається витік грошових коштів з регіону.

Поєднання прямого і непрямого впливу схеми витрат туристів визначає вплив на місцеву економіку в цілому. Зазвичай не весь прибуток, отриманий в кожному циклі витрат туристів, буває витрачений. Деяка частина його відкладається, а інша витрачається за межами даного регіону.

Чим більше доля доходу, витрачена в межах регіону, тим більше ефект мультиплікатора. Здатність утримувати турприбуток в межах регіону залежить від економічної замкнутості району і самостійності місцевої економіки. Якщо місцева економіка здатна виробляти товари і послуги, які мають попит у туристів, то ефект мультиплікатора буде дуже вагомим.

Чим більше товарів імпортується з інших регіонів, тим менше ефект мультиплікатора.

Теоретично ефект мультиплікатора в туризмі незаперечний, але на практиці виникають труднощі з його обліком. Західна економічна наука по проблемах туризму лише починає розробляти методику обліку і розрахунку вкладу галузі в економіку країни.

Окрім ефекту мультиплікатора є супутні економічні явища. Зростаючі витрати туристів викликають необхідність в додатковій робочій силі, що виражається коефіцієнтом зайнятості. У міру розширення туристського регіону удосконалюється його інфраструктура, йде будівництво нових будівель і споруд. Отже, можна розрахувати коефіцієнт доходу. Розглянемо ці коефіцієнти детальніше.

Коефіцієнт зайнятості. Кількість наявних і новостворених робочих місць – один з найважливіших показників вкладу галузі в економіку. Найбільш досліджена категорія зайнятих в туризмі – в готельному і курортно-санаторному господарстві. Непряма ж зайнятість, що створюється туризмом в даний час, може бути оцінена дуже приблизно. Коефіцієнт зайнятості різний по регіонах і залежить від їх економічної бази. Якщо коефіцієнт зайнятості для країни складає 1,13, це означає, що країна може забезпечити працевлаштування додаткові 0,13 чоловік на кожного експортного туристського попиту, що безпосередньо працює в обслуговуванні експортного туристського попиту. А якщо даний коефіцієнт складає, передбачимо, 2,63, то країна забезпечує робочими місцями приблизно 1,63 людини на кожного що вже працює в індустрії. В цілому ж коефіцієнт зайнятості країни змінюється прямо пропорційно чисельності населення або загальній кількості працевлаштованого населення. У міру зростання населення в країні зростає і значення коефіцієнта зайнятості.

Коефіцієнт доходу. Зайнятість передбачає дохід, який стимулює економіку регіону в процесі його розвитку. Значність цього стимулювання залежить від деяких чинників. Якщо використовувати як приклад готель, то його адміністрації необхідно вибрати один з двох способів розподілу прибули: витратити прибуток на товари і послуги або відкласти частину прибули. Еко-

номісти називають ці способи маржінальної схильності до вжитку (МСП) або маржінальної схильності до збереження (МСС) – відтоком грошей з місцевої економіки. Відтік маржінальних (додаткових) фондів з місцевої економіки може вироблятися двома шляхами: вони можуть бути відкладені або можуть бути використані на придбання імпортованих товарів. У будь-якому випадку дані дії сприяють відтоку фондів і не стимулюють місцеву економіку.

Основним об'єктивним чинником, що визначає рівень вжитку, є дохід, тому об'єми вжитку прямо пропорційні величині доходів. Суб'єктивна схильність до вжитку може бути середньою і граничною (маржінальною). Середня схильність до вжитку людей або туристських підприємств виражається відношенням споживаної частини доходу до всього доходу. Гранична схильність до вжитку виражається відношенням зміни у вжитку до тієї зміни в доході, яка його викликала.

Але і людина, і підприємство не лише споживають, але і зберігають. Заощадження – це частина доходу, яка не споживається. Схильність до збереження буває середньою і граничною (маржінальною). Середня схильність до збереження виражається відношенням частини доходу, що зберігається, до всього доходу. Гранична схильність до збереження виражається відношенням будь-якої зміни в заощадженнях до тієї зміни в доході, яка його викликала.

Якщо валовий прибуток туристського підприємства розпадається на вжиток і збереження, то приріст вжитку плюс приріст збереження завжди дорівнюють приросту доходу. У цих умовах сума маржінальної схильності до вжитку і маржінальної схильності до збереження дорівнює одиниці:

$$МСС + МСП = 1; (11)$$

$$МСП = 1 - МСС; (12)$$

$$МСС = 1 - МСП, (13)$$

Щоб зрозуміти суть коефіцієнта доходу (КД), треба приблизно розрахувати, яка доля грошей туристів, що отримується туристським регіоном, витрачається і яка доля відкладається (витік). Коефіцієнт доходу можна розрахувати по формулі:

$$КД = \frac{1}{1 - МСП} = \frac{1}{МСС}, (14)$$

Витік грошових коштів. Витік – це комбінація заощаджень (гроші, які не надаються в позику) і імпорту (гроші, які витрачаються на туристські потреби за межами приймаючої держави). Якщо витрачаються гроші за кордоном на імпортовані товари, то очевидно, що це не стимулює місцеву економіку.

І аналогічно, якщо гроші відкладені у формі заощаджень, які не віддаються в позику протягом року, то вони знову ж таки не стимулюють економіку. Таким чином, для здобуття максимального економічного прибутку від туристських витрат необхідно вкладати якомога більше туристських фондів в місцеву економіку шляхом покупки національних товарів і послуг, оскільки заморожування грошових коштів або придбання імпорту у великих об'ємах не сприяє розвитку приймаючої країни.

З вищесказаного можна зробити висновок: ефект мультиплікатора – це кількість разів, вкладені туристами гроші в місцеву економіку, були фактично витрачені в приймаючому регіоні. Цей коефіцієнт можна назвати також коефіцієнтом доходів, оскільки витрачені туристами гроші прямо або непрямо стають доходами місцевого населення.

1.6. Оцінка глобальної конкурентоспроможності туризму

Вивчення територіальних особливостей розвитку туризму та туристського бізнесу проводять за методикою визначення Індексу конкурентоспроможності подорожей і туризму (ІКПТ), які застосовуються фахівцями Світового економічного форуму (ВЕФ) при підготовці щорічної доповіді «Глобальна конкурентоспроможність» і рейтингів окремих регіонів і секторів економіки.

ІКТ складається з трьох підіндексів:

- А) Законодавча база туризму;
- В) Умови бізнесу та інфраструктура туризму;
- С) Людські, культурні та природні ресурси туризму.

Повний ІКТ – це середня арифметична величина трьох підіндексів. Підіндекси обчислюються як середні арифметичні величини які включаються в 14 блоків, які складаються з наступних індикаторів:

Підіндекс А: Законодавча база туризму

1: Політичні норми і правила

1.01 Поширення іноземній власності (відсоток від загального капіталу);

1.02 Права власності;

1.03 Практичне вплив правил на прямі іноземні інвестиції (ПІІ на душу населення);

1.04 Візовий режим (Число країн, для громадян яких потрібні візи, у відсотках від числа країн ООН);

1.05 Відкритість двостороннього повітряного сполучення (Число країн, з якими здійснюються двосторонні польоти, у відсотках від числа членів Міжнародної Організації | Цивільної Авіації);

1.06 Прозорість урядової політики;

1.07 Час, необхідний для запуску бізнесу (Середня тривалість процедури оформлення підприємства);

1.08 Вартість запуску бізнесу (як відсоток від ВНД на душу населення).

2: Екологічні можливості

2.01 строгість екологічного регулювання;

2.02 Здійснення екологічного регулювання;

2.03 Можливості розвитку туристичної індустрії;

2.04 Викиди вуглекислоти (на душу населення в метричних тоннах);

2.05 Концентрація твердих частинок (в містах з населенням понад 100 тисяч чоловік, мікрограмм на кубометр викидів);

2.06 Ратифікація екологічних договорів (Відсоток ратифікованих від 25 міжнародних екологічних договорів).

3: Безпека і захищеність

3.01 Ділові витрати на тероризм;

3.02 Надійність поліцейських послуг;

3.03 Ділові витрати на злочин і насильство;

3.04 Дорожньо-транспортні пригоди (Число смертей в аваріях на 100 тисяч населення).

4: Здоров'я і гігієна

4.01 Забезпеченість лікарями (кількість лікарів за 1000 чоловік);

4.02 Доступ до покращеної санітарії (доступ до адекватної санітарії як відсоток загальної чисельності населення);

4.03 Доступ до чистої питної води (доступ до безпечної п'є воду як відсоток загальної чисельності населення);

4.04 Забезпеченість лікарняними ліжками (Лікарняні ліжка на 10,000 населення).

5: Пріоритетність туризму

5.01 Урядова пріоритетність туристичної індустрії;

5.02 Витрати уряду на туризм (відсоток від повних урядових витрат);

5.03 Ефективність маркетингу та реклами по залученню туристів;

5.04 Проведення туристичних ярмарок (Індекс присутності країни в 12 головних ярмарках);

Подіндекс В: Умови бізнесу та інфраструктура туризму

6: Інфраструктура авіатранспорту

6.01 Якість інфраструктури авіатранспорту;

6.02 Доступність квитків (пропускна здатність авіаліній в місцях кілометрах);

6.03 Кількість польотів на 1000 населення (число польотів на 1000 осіб);

6.04 Щільність аеропортів (Число аеропортів на мільйон населення);

6.05 Число операційних авіаліній (Число авіаліній із планованими польотами, що відбуваються за містом);

6.06 Мережа міжнародних авіаліній (фактичні дані).

7: Наземна транспортна інфраструктура

- 7.01 Якість автомобільних доріг;
- 7.02 Якість залізничної інфраструктури;
- 7.03 Якість портової інфраструктури;
- 7.04 Якість місцевої транспортної мережі;
- 7.05 Щільність дорожньої мережі (кілометри дороги на 100 квадратних кілометрів землі).

8: Інфраструктура туризму

- 8.01 Кількість місць у готелях (Число номерів готелю на 100 чоловік);
- 8.02 Наявність автомобільного прокату (вимірює присутність семи головних компаній автомобільного прокату);
- 8.03 Банкомати, які приймають платіжні картки (Число автоматизованих машин (Банкомати), що приймають кредитні картки Visa на мільйон осіб).

9: Інфраструктура зв'язку

- 9.01 Ступінь використання Інтернету в бізнесі;
- 9.02 Кількість користувачів Інтернету (користувачів на 100 жителів);
- 9.03 Телефонні лінії (число стаціонарних телефонних підключень на 10 жителів);
- 9.04 Абоненти багатоканального Інтернету (Інтернет абоненти Broadband 256 кілобіт за секунду або швидше на 100 чоловік);
- 9.05 Абоненти мобільного зв'язку (на 100 осіб).

10: Цінова конкурентоспроможність туристичної індустрії

- 10.01 Ціни квитків та завантаження аеропортів (відносна вартість доступу до міжнародних служб авіатранспорту);
- 10.02 Паритет купівельної спроможності (Співвідношення фактор конверсії паритету купівельної спроможності (PPP) до офіційного обмінного курсу);
- 10.03 Рівень та ефективність оподаткування;
- 10.04 Рівень цін на паливо (Роздрібні ціни на дизельне паливо);
- 10.05 Рівень цін в готелях (вимірює середню ціну, в американських доларах, для першокласних готелів в кожній країні).

Подіндекс С: Людські, культурні та природні ресурси туризму

11: Людські ресурси

11.01 Покриття початковим освітою (відсоток дітей відповідного віку, які відвідують школу);

11.02 Охоплення середньою освітою (співвідношення повної реєстрації, незважаючи на вік, до населення групи віку, яка офіційно відповідає рівню середньої освіти);

11.03 Якість системи освіти;

11.04 Місцеві можливості спеціальних досліджень та освітніх послуг;

11.05 Длительность обучения персонала;

11.06 Практика найму та звільнення;

11.07 Легкість найму іноземної робочої сили;

11.08 Поширення ВІЛ (як відсоток дорослих постарівся 15-49 років);

11.09 Практичне вплив ВІЛ / СНІДу;

11.10 Тривалість життя (Тривалість життя в народження)

12: Схильність до туризму

12.01 Відкритість туризму (Витрати туризму і виручки як відсоток ВВП);

12.02 Ставлення населення до іноземним відвідувачам;

12.03 Розповсюдження ділових поїздок.

13: Природні ресурси

13.01 Число природних об'єктів світового значення;

13.02 Охоронювані території (відсоток повної сухопутної області);

13.03 Якість природного середовища;

13.04 загальновідомі види фауни (Повні відомі різновиди фауни);

14: Культурні ресурси

14.01 Число культурних об'єктів світового значення (фактичні дані);

14.02 Спортивні стадіони (Місткість спортивного стадіону за мільйон населення);

14.03 Число міжнародних ярмарок та виставок (середнє число міжнародних ярмарків та виставок, що тримаються щороку в кожній країні).

1.7. Висновки з першого розділу

Аналіз и оцінку місця туристичної галузі країни у національному та світовому господарстві треба проводити за наступними статистичними й інтегральними показниками:

1. Питома вага у ВВП, зайнятості, експорті та імпорті країни, макрорегіону і світу в цілому;
2. Структура галузі та її вплив на економіку країни та світу;
3. Конкурентоспроможність галузі на світовому туристичному ринку.

Розділ 2.

СУЧАСНИЙ СТАН ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В МЕКСИЦІ

2.1. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ ПРО КРАЇНУ

Мексика (Mexico, Mejico), Мексиканські Сполучені Штати (Estado Unido Mexicanos) – держава на півдні Північної Америки. Володіє також островами в Тихому океані і Каліфорнійській затоці. Площа 1958,2 тис. км². Населення 111,2 млн. осіб (2009). Столиця — Мехіко, великі міста – Мехіко, Гвадалахара, Монтеррей, Пуебла, Сьюдад-Хуарес, Леон, Тіхуана.

Мексика – федеральна республіка. Голова держави і уряду — президент, обирається загальним голосуванням на 6 років. Законодавчий орган — двопалатний Національний конгрес (сенат і палата депутатів). Адміністративно-територіальне ділення – 31 штат і столичний Федеральний округ.

Основну частину мексиканців складають метиси іспано-індіанського походження (60%), індієці — 30%, нащадки європейців — 9%. Офіційна мова — іспанська. Більшість віруючих — католики (89%). Племена майя складають більшість населення в сільських районах Юкатана і горах Чьяпас. У долині Оахака і Сьєрра-Мадре-дель-Сур переважають сапотекі. Деякі індіанські племена складають більшість в ізольованих гірських районах.

Мексика — одна з самих урбанізованих країн Латинської Америки. Міське населення в країні складає 75%. У столиці з передмістями проживає більше 18% населення. Щільність населення 53,2 чіл./км². Мексиканці активно мігрують в США і в штаті Каліфорнію вже складають біля половини населення.

Велику частину Мексики займає Мексиканське нагір'я з околичними хребтами Східна Сьєра-Мадре (4054 м), Західна Сьєра-Мадре (3150 м) і Поперечна Вулканічна Сьєра (вулкани, що діють, — Орисаба, 5700 м, Попокатепетль, 5452 м, і ін.). На північному заході гористий півострів Каліфорнію, на півдні — гірська область Чьяпас і Південна Сьєрра-Мадре, на південному сході — низовинний півострів Юкатан.



Рис. 2.1. Карта Мексики

За природнокліматичними умовами мексиканці розрізняють чотири висотні пояси. «Тьерра кальенте» — жаркий пояс, включає всі берегові райони і підніжжя гір. Тут жарко і взимку і літом, але виділяється літньо-осінній дощовий сезон; опади досить для розвитку вологих тропічних лісів. «Тьерра темплада» — теплий пояс, землі, що лежать на висотах 1000–1500 м. Клімат тут помірно-жаркий, в рослинності переважають світлі тропічні ліси з розрізненими деревами за відсутністю ліан. «Тьерра фриа» — прохолодний пояс, лежить на висоті 1500–2700 м і займає величезні простори Мексиканського нагір'я, включаючи Північну і Центральну Месу, схили і підніжжя Попереочної Вулканічної Сьери і Південної Сьери-Мадре. Літо тут помірно тепле, а зима прохолодна із заморожуваннями; рослинність на схилах південних гір — дубово-соснові ліси, на північних посушливих плато — пустинна і напівпустинна з типовими кактусами.

«Тьерра елада» — морозний пояс, охоплює схили гір і вершини плато вище 2700 м. Тут часто трапляються заморожування, на висоті 2900–3500 м

зникають ліси, поступаючись місцем альпійським лугам і вічним снігам, що вінчають багато вершин Вулканічної Сьєри, що досягають 5000–5500 м.

Південні райони Мексики, що відносяться до поясів «тьєрра-темплада» і «тьєрра-фріа» (Центральна Меса, улоговини і долини, що примикають до Вулканічної Сьєри і Південній Сьєрі-Мадре), виявилися найбільш придатними для життя і господарської діяльності. Вони відвіку освоєні, і тут живе основна частина населення.

Північна частина Мексики — плато Північна Меса — має найбільш суворі природні умови. Це край посушлива територія, на якій в зимові місяці зазвичай бувають заморожування. Вона мало населена. На величезних просторах тут поширені пустинні і напівпустинні ландшафти з великою кількістю ксерофітних рослин: химерних чагарників, кактусів, юк, агав. Кактусів налічується близько 500 видів. Тваринний світ Північної Меси представлений в основному плазунами (ядозуб і ін.), є пуми і койоти. У тропічних лісах живуть мурахоїди, тапіри, ягуари і ін.

У Мексиці є більше 50 національних парків загальною площею близько 800 тис. га. Найбільші національні парки — «Босенчів» і «Кумбрес-де-Монтеррей» з гірськими сосновими лісами, «Ла-Молінче» і «Піко-де-Орісаба» із знаменитими вулканами.

Мексика входить в трійку найбільш розвинених латиноамериканських країн разом з Бразилією і Аргентиною, далеко випереджаючи останніх. ВВП за паритетом купівельної спроможності складає 14200 доларів на душу населення (2006). Визначальними чинниками розвитку Мексики є близькість США, звідки йде основна маса інвестицій, та достаток природних ресурсів. Мексика разом з Канадою і США утворює північноамериканську зону вільної торгівлі (НАФТА).

Срібні копальні були засновані ще конкістадорами і нині Мексика займає перше місце в світі по здобичі срібла. Копальні розташовані в так званому «Срібному поясі» — області, що протягнулася від Сакатекоса і Гуанахуато до Чиуауа з крупним центром Сан-Луїс-Потоси. З відкриттям родовищ

золота, цинку, свинцю, кадмію, ртуті, магнію, здобич срібла вже йде на другий план. На початку 20 ст. були виявлені поклади залізняку поблизу Дуранго. Сировина, що здобувається тут, забезпечує роботою металургійні заводи в Монтерреї. Мексика — один з виробників, що ведуть в світі, і експортерів флюориту.

Багаті нафтові родовища знаходяться під контролем державної компанії "Petroleos Mexicanos (Pemex)". Це найбільша нафтовидобувна компанія Латинської Америки. Створена система трубопроводів для транспортування нафти і газу в США. Нафтопереробні заводи знаходяться в Сьюдад-Мадера, Мінатітлані, Рейносі, Саламанці, Тулі і Саліна-Крус. Нафтохімічні заводи, що належать державі, працюють у Веракрус. Нафта приносить Мексиці 70% валютних надходжень.

Мексика займає одне з перших місць в світі по концентрації виробництва: велика частина підприємств (2/3) оброблювальної промисловості розміщена в столичному окрузі. Це пояснюється добре розвиненою інфраструктурою, наявністю обширного ринку робочої сили. Тут зібрані заводи сільськогосподарського машинобудування, автоскладальні заводи, підприємства електронної промисловості, металургії.

В межах вузької прикордонної зони вільної торгівлі (макільядор) з США розміщуються фабрики і заводи, що випускають експортну продукцію, експорт якої не оподатковується митом. Більшість цих підприємств — іноземні, їх привертають сприятливий податковий клімат і дешева робоча сила. В основному це підприємства електронної промисловості.

У сільському господарстві зайнято більш п'ятій частині економічно активного населення. Виробництво сільгосппродуктів постійно відстає від зростання чисельності населення. Сучасні фермери володіють наділами від 4 до 8 гектарів землі, але на їх частку доводиться 0,8% всієї землі. 1% господарств володіє наділами більше 1 тис. гектарів. 50 млн. гектар землі належить сільськогосподарським кооперативам — ехидо.

Територія Мексики умовно поділена на три агропромислові райони: по-бережжя Мексиканської затоки і гірський район Чьяпас, північні і північно-східні штати і район Гуанохуато. На побережжі вирощують каву і цукровий очерет. Банани, ананаси, папайю, манго і какао вирощують на внутрішній ринок. Мексика — один з провідних виробників ванілі. Уздовж тихоокеанського побережжя і гватемальської межі вирощують бавовну. З 1940-х рр. стали доступні для обробки землі північного Заходу. Були меліоровані солончакові землі уздовж річок Фуерто і Яки, створені ехидо, пшениці, що зайнялися вирощуванням. З той пори штат Синалоа став центром по виробництву зернових культур. Тут же на експорт в США вирощують зимові овочі (салат, томати). До розвитку північного Заходу Центральний район Гуанохуато був «житницею» Мексики. Тут вирощується пшениця, арахіс, овочі, суниця, боби. М'ясне тваринництво розвиненіше на побережжі, в районі Чьяпаса і північному Сході. Екстенсивне тваринництво типове для Північної Мексики (відгодівля худоби для перегону в США).

2.2. Туристичні ресурси Мексики

Відпочинок в Мексиці – таємничій країні стародавніх цивілізацій вабить справжніх шукачів пригод. Відпочинок в Мексиці – країні загадкових пірамід, обов'язкових пунктів відвідин будь-яких турів по Мексиці, і величезних національних парків, це незабутнє пізнання незвідане. Відпочинок в Мексиці – величезному парку атракціонів, з різноманітними розвагами, що сиплються, немов з рогу достатку, дарує любителям екстриму маси можливостей випробувати свої сили

Прекрасна природа, прекрасні пляжі і сніжні вулкани, багату історію з археологічними пам'ятниками ацтеків, майя, колоніальними палацами, безліч райських куточків, що привертають туристів теплотою ласкавих хвиль і привітністю жителів, і все це пишність при щодо невисоких цінах на товари і послуги, особливо в провінції – все це сучасна Мексика.

На півночі Мексики клімат субтропічний, в решті частини країни – тропічний. На прибережних рівнинах волого і жарко. У районі Акапулько на Тихоокеанському побережжі денні температури протягом всього року не опускаються нижче +30 градусів, а нічні коливаються від 21 до 24 градусів тепла. На побережжі Карибського моря – трохи прохолодніше. У зимові місяці вдень повітря прогрівається до +24 градусів, а в літнє – до +31, вночі ж взимку наголошується близько 19 градусів тепла, а влітку – 25 градусів тепла.

У центральних піднесених районах Мексики максимальні температури спостерігаються в квітні і в травні – +27 градусів, причому вночі в ці ж місяці повітря охолоджується до +11..+13 градусів. Взимку денні температури повітря піднімаються до +21 градуса, вночі наголошується близько 7 градусів тепла.

У Мексиці добре виражена висотна поясна – на висотах в північній частині країни в зимовий час температура може опускатися нижче 0 градусів. Під час сухого і вологого періоду температури мало розрізняються, зате кількість опадів і вологість повітря варіюються у великих межах.

Сезон дощів продовжується з травня по жовтень, в цей час часто виникають могутні тропічні циклони. За найпосушливіший район вважається північ країни – тут за рік випадає близько 250 мм опадів. Найбільша кількість опадів наголошується в південних районах – до 1 500 мм, причому влітку під час вологого сезону може випадати близько 300-400 мм в місяць.

Температура води на Тихоокеанському побережжі Мексики в літній час піднімається до +27 градусів, а в середньому за рік вона складає + 25 градусів. Води Карибського моря трохи тепліші – в літній час температура води тут складає + 29 градусів.

Прекрасні сучасні *тихоокеанські пляжі* Мексики, блискучі своїм білосніжним піском, однаково привабливі як для любителів активного відпочинку в Мексиці, так і для романтиків, що шукають самоти. Не вимагають особливого уявлення курорти Акапулько, Мансанільо, Ікстапа, Пуерто-Вальярта, Уатульно, де на вас чекає тропічний рай у будь-який час роки, і казковий за-

хід щодня. Саме у берегів Тихого океану на курорті Лос-Баррільєс відпочивають любителі віндсерфінгу в Мексиці. У свою чергу, курорт Масатлан, окрім, відмінного загару дарує справжнього свята любителям плавання з маскою в Мексиці, спортивного полювання і рибалки в Мексиці, і серфінгу в Мексиці. До речі, кращий серфінг в Мексиці знаходиться на західному побережжі в містечках між Сан-Хосе-дель-Кабо і Кабо-Сан-Лукасом, в Байя-де-Матанчен, в Енсенаде, в Мансанільо і, поза сумнівом, в знаменитій "Мексиканській трубі" в Пуерто-Ексондідо. Насолодитися красою відпочинку в Мексиці можна і на Лос-Кабосе. Тут на потопаючій в зелені комфортабельній курортній зоні, що є сусідами з безкрайними просторами пустель і загадкових печер, самою природою створені відмінні умови для тимчасової "стоянки" китів і дайвінга в Мексиці.

Не поступається в комфорті і вишуканості і *атлантичне побережжя* Мексики, де чекають своїх відвідувачів курорти Ісла-Мухерес, Плайя-дель-Кармен, Пунта-Альєн і Банко-Чинчорро. Проте безперечною перлиною просторів Карибського моря, залишається та, що розташувалася на островці, що нагадує цифру "7" готельна зона відомого на весь світ мексиканського курорту Канкун (Юкатан) – улюблене місце туристів для занять серфінгом в Мексиці, де блакитна морська гладінь прибивається до білосніжного берега, що здалека нагадує смужку снігу. На Канкуне не менш популярний дайвінг в Мексиці і плавання з маскою в Мексиці. Проте, якщо ви все ж таки хочете відчувати краса підводного царства по-справжньому, тоді вам слід відправитися на розплоджений недалеко від Канкуна, покритий бурхливою тропічною рослинністю, і омиваний Карибським морем, острів Косумель, де зливаються контури стародавнього і сучасного світу, де руїни історичних пам'яток цивілізації майя є сусідами з фешенебельними готелями і пляжами.

Дайвінг на острові Косумель – це занурення у володіння нереально красивого царства екзотичних риб, де зграї груперів, барракуд і лобстерів, "прогулюються по вулицях" рифа Паланкар, порізаного безліччю печер, що очарують, і міжгір'їв, в яких живуть самі більше в світі морські губки. Дайвери

будь-якої підготовки знайдуть для себе привабливі ділянки для занурень, які зазвичай здійснюються з інструкторами з човна, що борознить простори бірюзової морської гладіні. Досвідченим дайверам поза сумнівом, захочеться зробити дайвінг в Мексиці в коралові тунелі Пунта-Сур, знаменитими своїми сильними течіями, або опинитися біля стенів Маракайбо-діп, що йдуть на глибини около 50 метрів. Проте якщо підкорення глибин з аквалангом вас страхає, ви можете зануритися в прекрасний підводний світ, плаваючи з маскою в Мексиці, тим більше що берегова лінія Косумеля обрамлена казково красивим кораловим рифом.

Проте, дайвінг в Мексиці – це не тільки знайомство з океанічним царством, це ще і захоплююче і повне авантюризму занурення у водні простори мексиканських *печерних колодязів* – сеноте, якими поцятковано підземний простір півострова Юкатан – центру підземного печерного дайвінга в Мексиці. Нохоч Нах Чич, Коридор Акумаль – Тулум, Сеноте Сак Актун, Ель Грандові Сеноте – ваблять своєю красою спраглих побачити своїми очима дивовижні підводні сталактити і сталагміти, дайверів зі всього світла. Але, а якщо у вас є бажання оглянути коралове царство, але немає бажання намочитися, свої послуги вам запропонують підводний човен "Атлантис" в Мексиці і дивовижний підводний мотоцикл в Мексиці.

От дайверів не відстають *парашутисти зі скелелазами*, які прагнуть хоч раз в житті відвідати Мексику. Точніше розташовану в східних горах Сьєрра-Мадре в оточенні тропічного лісу знамениту Печері Ластівок, в якій одні відчайдушні смільчаки здійснюють ризиковані стрибки з парашутом в Мексиці, а інші навпаки займаються каньйонінгом в Мексиці, підіймаючись увись по карстових порогах печер. До речі екзотикою наповнений і альпінізм в Мексиці, адже здійснювати сходження тут пропонується на вулканах Мексики Іцтачихуатль, Піко-де-Орісаба, Невада-де-Толука і Ла-Малінче. Не меншою популярність користуються піші прогулянки в Мексиці, особливо привабливі в районі Мідного каньйону, звідки рукою подати до найвищого в країні водопаду Басасичі.

Дивовижну природу Мексики, насичену безкрайними тропічними лісами, пустелями, горами і бурхливими річками, де любителі *рафтинга* в Мексиці можуть вдосталь насолодитися радістю ризикованого спуску, особливо захоплюючого на р. Рибної і річках штату Веракрус, можна дізнатися, зробивши човнову екскурсію в Мексиці, наприклад від Чиапа де Корсо до ущелини Сумідеро, а можна і в ході джип-сафари в Мексиці або пересівши на квадроцикли в Мексиці. І тоді вам відкриється незабутній мир мексиканських природних скарбів зібраних в 58 національних заповідників і біосферних парків Мексики, найбільш відвідуваний з яких Шкарет, де зібрані майже всі екзотичні тварини і птахи, що мешкають в Мексиці, а також унікальна "колекція" метеликів. Крім того, приїхавши в Шкарет, кожен з вас може стати учасником шоу дельфінів в Мексиці, або ж поплавати з маскою в Мексиці у вапнякових печерах.

Істинними пам'ятниками старовини в Мексиці є *піраміди*. Їх в країні багато, але доступні для огляду лише деякі. Багато пірамід поховано під культурним шаром і покриті густою тропічною рослинністю, так що представляють собою просто зелені пагорби. Більшість пірамід – багаточарові споруди: сама древня знаходиться всередині, а над нею існують декілька пізніших надбудов і облицювань.

Найбільш відомими і, ймовірно, найбільш древніми, є піраміди Теотіуакана, неподалік від Мехіко. Теотіуакан (в перекладі означає «місце, де люди спілкуються з богами») – самий древній і загадковий з усіх відкритих міст докласичної Америки. За часів Стародавнього Риму він налічував 200 тисяч жителів. До кінця першого тисячоліття нашої ери місто спорожнів, його храми і будинки були зруйновані. Збереглися дві найбільші піраміди – піраміда Сонця і піраміда Місяця, а також храм найпопулярнішого з мексиканських богів – Кетцалькоатля, персоніфікує добрий і світлий початок.

Ще одна вражаюча група пірамід – піраміди Мітле та Монте-Альбана – знаходиться поблизу міста Оахака. Скарби, виявлені вже в XX столітті в похованні під №7, є однією з найбагатших археологічних знахідок світу. Деякі з

цих скарбів – ацтекські золоті прикраси, що зображують бога смерті, сонце, гру в м'яч і інші, демонструються в музеї міста Оахака. [67]

Найбільша за обсягом піраміда з усіх відомих на землі знаходиться в місті Чолула, в 100 км від мексиканської столиці. Сьогодні ця піраміда являє собою пагорб, зарослі лісом, на вершині якого височіє католицький храм. Таким чином іспанці позначили свою перевагу над старовинною Індіанською цивілізацією.

Численні храми-піраміди і священні колодязі, в які індіанці кидали золоті прикраси, існують і на рівнинах півострова Юкатан, де розвивалася цивілізація індіанців племені майя. На Юкатане існують руїни (руїни) декількох стародавніх міст-держав. Серед них відомі піраміди в Паленке та древня обсерваторія в Чічен-Іце.

Культура Мексики — дуже багата, барвиста і яскрава. Вона є змішенням традицій і звичаїв різних народів — від тих, що виникли на території країни ранніх цивілізацій майя, тольтеків і ацтеків до іспанського і американського способу життя. Це особливий дух, який вбирає в себе мистецтво, архітектуру і літературу. Всі будови Мексики покриті фресками, переповнені галереями, несуть в собі художні традиції і культуру народу. Мексиканці мають талант в мистецтві поєднання квітів ще з давніх часів.

Мексиканці — гостинний і доброзичливий народ. Вони обожнюють демонструвати свої таланти танцюристів туристам. Тому не соромтеся розділяти життєрадісний настрій місцевих жителів і насолоджуйтеся колоритом мексиканського життя. Близько 90 % нинішнього населення є прихильниками католицизму, який принесли з собою іспанці в XVI столітті. Іспанський став офіційною мовою країни. Захоплення мексиканців бейсболом показує, наскільки великий вплив на країну роблять сусідні США. Мексиканський календар свят — один з найцікавіших в світі. Традиційний Карнавал проходить в кінці лютого або на початку березня на тижні перед Днем покаяння.

Мексиканська кухня славиться у всьому світі своїм неповторним смаком. Вона оригінальна і своєрідна, поєднує в собі кухню індіанських племен,

іспанські і французькі традиції. Особливістю мексиканської кухні є велика кількість кукурудзи (маїс), соусів і приправ. Із спиртних напоїв велику популярність у всьому світі завоювала текила. Популярні мексиканські вина, бренді «Дон Педро» і пиво «Корона». Мексиканські соки, а також деякі овочі, служать основою для цілої гамми прохолодних напоїв.

У районі Канкуна знаходяться підводні національні парки Гаррафон, Контой, Шел-ха і Чанканаб Лагун. За кращі райони дайвінга в країні вважаються територія коралових рифів Чинчорро у південного побережжя штату Кинтана-Роо, рифи Алакранес у північного побережжя Юкатана, риф Паланкар і Плайя-Гаррафон біля Канкуна. А хребти Сьєрра-Мадре надають багатющі можливості для гірського і пішого туризму. Шел-ха (або Ксел-Ха, 122 км. від Канкуна) — національний парк, що є натуральним акваріумом, що виник природним чином в гірській печері. Дивно чиста і прозора вода дозволяє розгледіти екзотичних риб незвичайних забарвлень, а буйна рослинність вражає гаммою відтінків. Це місце, де можна займатися підводним плаванням, спостерігаючи за життям морських мешканців. Можна також поплавати на човні або викупатися в лагуні.

Безліч туристів привертають *старі міста*:

Аламо (національний історичний пам'ятник), Патцкуаро з величною колоніальною архітектурою, місто Сан-Крістобаль-де-Лас-Касас, Санта-Розалія, покинуте місто Реал-де-Каторсе, а також інші визначні культурно-історичні пам'ятки:

— Мехіко — національні історичний та антропологічний музеї, музеї Сучасного мистецтва і природної історії, поліфорум «Сікейроса», стадіон «Ацтека»;

— Вилья-Ермоса — музеї Тобаско і Ла-Вента, Національний собор XVI ст., Площа трьох культур, зоопарк, замок Чапультепек, базиліка Діви Марії Гваделупской.

— Меріда — колекція експонатів епохи майя, руїни міста майя, собор XVI в.

- Гвадалахара – собор з фрескою Е. Мурільо, губернаторський палац.
- Монтеррей – площа Плаза Сарагоса, собор 1600 р., єпископський палац XVIII ст.
- Теотіукама – древнє місто ацтеків з пірамідами Сонця і Місяця в 34 км від столиці.
- Шкарет – район, колишній найголовніший церемоніальний центр племен майя. Сьогодні тут гарний археологічний парк, можна відпочивати, купаючись з дельфінами, дивитися на величезних морських черепах, акул, крокодилів.
- Тулум і Чел-ха – перші поселення племен майя, виявлені в XXVI столітті іспанськими завойовниками. Парк знаходиться на узбережжі Карибського моря, серед кришталево чистих вод та природних басейнів. Чол-ха – це місце, де можна займатися підводним плаванням, спостерігаючи за життям морських мешканців.
- Чичен-Іца – місце, раніше зване столицею Імперії Майя. Така визначна пам'ятка як Чичен-Іци становить культурну спадщину світового значення.
- Острів Косумел – найбільший острів серед коралових рифів, омивається Карибським морем. Острів є одним із найбільш важливих пунктів, через який проходять крейсери і кораблі різних країн світу. Гарні умови для дайвінгу.
- Острів Жінок (Ісла Мухерес) – острів відомий з піратських часів. Він розташований в 45 хвилини їзди від морського порту Канкун. Переїзд проходить на двох катерах, на борту яких працює безкоштовний бар і шведський стіл. На острові влаштований Національний парк «Гаррофон»; Можливо плавання зі спорядженням, яке береться напрокат за окрему плату.

2.3. КУРОРТИ МЕКСИКИ

У Мексиці туристів чекає відпочинок на *першокласних курортах* Канкун, Плайя-де-Кармен, Акапулько, Пуерто-Вальярта, Косумель, Масатлан,

Уатулько. На самому півострові Каліфорнію (Баха), з його довгою береговою лінією, прекрасними білими пляжами, затишними затоками і значними кручами, розташовані такі відомі курорти, як Тіхуана, Сан-Ігнасио, Пуерто-Кортес, Ла-Пас, живописні скельні ділянки Сьєрра-де-Сан-Франциско і Сьєрра-де-Ла-лагуна. У 40 км. від Мехіко, в стародавньому місті Теотіуакан, знаходяться знамениті піраміди, що захоплюють своєю містичною величчю.

Акапулько один із самих популярних курортів Мексики, зі слідами голлівудської чарівності. Але навіть зараз, дивлячись на його вирослі як на дріжджах висотні готелі, тягнуться уздовж бухти і будинки, побудовані на колись зелених пагорбах. Неважко здогадатися, що приваблює сюди людей. Бухта дуже красива з її блакитними водами і м'якими обрисами пагорбів. І хоча культурних пам'яток тут мало, задоволення можна отримати від занять водними видами спорту: плавання, пірнання, водними лижами, які повністю заволодіють вашою увагою. Це місце також славиться своїми розважальними закладами; напевно, дискотек тут навіть більше ніж пляжів.

Акапулько прославився як курорт в 1960-ті, коли сюди почали їздити відпочивати від суєти буднів голлівудські знаменитості. Що побували там на відпочинку режисери прониклись красотами місцевих пляжів і стали знімати тут сцени для своїх фільмів. Хвиля інтересу росла, наче сніжний ком, і незабаром кінозірки почали купувати тут нерухомість і прогулянкові яхти.

За минулі роки багато що змінилося. Перша хвиля інтересу залучила в цей регіон інвестиції, і тут почалося масове будівництво готелів. Сьогодні Акапулько цілком демократичний курорт, і про фешенебельний статус нагадують хіба що ціни в розкішних готелях на кшталт Лас Брісас, у якому й донині регулярно зупиняються знаменитості. Там навіть є Стіна Слави з відбитками верхніх кінцівок відомих персонажів.

Акапулько самий популярний курорт у мексиканців. На початку 90-х його з'єднала з Мехіко швидкісна автострада, і тепер його золоті піски розташовані всього в декількох годинах їзди від столиці, багато жителів якої вибираються сюди на уїк-енд. Курорт постійно зростає і центр Акапулько по-

ступово перетворюється в місто. Тут зосереджена нічне життя і знаходяться кращі ресторани, нічними клубами і казино. Тут же розташований порт – типово галасливий для тропічного містечка. А кращі пляжі тепер лежать в стороні від центру.

Акапулько (Перлина Тихого океану) – курорт, створений прихильною природою. Дві чудові затоки, дивовижне природне оточення, теплі пляжі з зростаючими на них пальмами – все це робить Акапулько кращим містом в тропічному раю. Місто-порт Акапулько – знаменита нічна столиця Мексики, місто розваг, шоу, казино і ресторанів. Осередок туристичної життя Акапулько – лагуна Піе-де-ла-Куеста з відмінними пляжами і ресторанами на північній околиці міста.

Саме завдяки Акапулько, у 1960-х роках Мексика з'явилася на туристичній мапі світу. Дідусь мексиканських курортів і сьогодні успішно змагається з кращими з них. Якщо Канкун самий мекс. песопейський з курортів Мексики, то Акапулько вдалося зберегти свій неповторний мексиканський колорит.

Акапулько щороку приваблює мільйони туристів райський кліматом, білосніжними пляжами, фантастичною нічним життям і казковою красою затокою (бухта Акапулько відноситься до чотирьох найкрасивіших заток світу).

З п'ятдесятих років Акапулько – улюблений осередок зірок, і не тільки голлівудських. Елізабет Тейлор і Мадонна, Френк Сінатра та Енгельберт Хампердінк, Пласідо Домінго і Хуліо Іглесіас, а також барон Ротшильд, Генрі Кіссінджер та багато інших періодично з'являлися тут. З недавніх пір до Зорепаду додався потік звичайних туристів (одних американців щорічно приїжджає близько 600 тисяч).

Чим же приваблює туристів Акапулько? Перерахуємо лише основні достоїнства курорту: погода (за статистикою – 360 сонячних днів у році), пляжі. (понад 20 миль чудових пляжів, що становлять невід'ємну частину самого міста), водний спорт (спокійні води затоки Акапулько створюють ідеальні умови для дайвінгу, водних лиж, віндсерфінгу, парасейлінга, риболовлі і більшості інших видів водного спорту), риболовля в прибережних водах (достаток

полосатих марлін і тихоокеанських вітрильників гарантує успіх навіть дилетанту), шопінг (від бутиків і дорогих молів до лавок ремісників, де можна дешево придбати ювелірні вироби зі срібла та інші товари, зроблені руками мексиканців).

Куернавака – місто в Центральній Мексиці, адміністративний центр штату Мо-релос. Розташований на мексиканському нагір'я на висоті 1154 м над рівнем моря. Місто було засновано індейцями-ацтеками. У 1521 його захопили іспанські конкістадори під приводом Кортеса. У 1530 Кортес зробив Куернавака своєю резиденцією. У середині 19 ст. місто був столицею Мексики.

Куернавака – великий центр туризму і популярний гірничо-кліматичний курорт. Про Ацтека тут нагадує піраміду Теопансолько з руїнами двох храмів, про конкістадорів – палац Кортеса (16 ст., Фрески Д. Рівера). Збереглися церкви 16–18 ст. У 20 ст. в місті було поставлено величний залізобетонний «Монумент»; архітекторів Г. Росселя і Мю де ла Роса. У середні віки «срібні барони» – аристократи, що розбагатіли на торгівлі сріблом – будували в Куернавака свої будинки. А в часи французької інтервенції тут розміщувався двір імператора Максиміліана.

Куернавака й донині зберігає статус престижного місця для заміської резиденції. Місто знаходиться всього в 40 хвилинах їзди від Мехіко, і ціни на нерухомість тут неухильно ростуть, а кількість бажаючих будуватися не зменшується. У готелях теж не бракує – багато жителів Мехіко проводять тут свій уїк-енд. А ще Куернавака популярна серед бажаючих вивчати іспанську мову в Мексиці, тут розташовані понад 50 мовних шкіл, що чимало для такого містечка.

Однією з головних причин такого буму є практичний ідеальний клімат долини, в якій розташована Куернавака. Ще іспанські конкістадори охрестили її «містом вічної весни». Середньорічна температура 21,5°C. Короткі весняні дощі бувають в основному з червня по жовтень. А найголовніше, цілий рік всюди цвітуть квіти.

Мехіко – сама древня зі столиць в Західному півкулі. Заснований індейцями-ацтекам на важливих торговельних шляхах древнє місто Теночтітлан був зруйнований, і на його місці був побудований адміністративний центр Нової Іспанії – місто Мехіко, який згодом і став столицею Мексики.

Мехіко вважається культурною столицею всієї Латинської Америки. Цей найбільший в світі і найстаріший в Новому світі місто вражає достатком пам'ятників до-іспанської і колоніального минулого.

Мехіко — це живий музей історії цивілізацій. Тут 1400 монументів і історичних реліквій, 10 археологічних зон в самому місті і його околицях, більше 80 музеїв, 2000 ресторанів, десятків центрів народної творчості. У країні більше 50 національних парків загальною площею близько 800 тис. га, серед яких всесвітньо відомі парки Босенчів і Кумбрес-де-Монтеррей з гірськими сосновими лісами, Ла-Молінче і Піко-де-Орісаба із знаменитими вулканами, заповідника рідкісних птахів Селестум. Крокодилова ферма Крококун — незвичайно привабливе місце для туристів. Їх чекає екскурсія у супроводі біолога — екскурсовода, розповідь про життя крокодилів. Можна зробити цікаві фотографії крокодила, пітона, папуг — гуакамая. На території парку знаходиться багато тварин, що мешкають в джунглях цього штату (мавпи, білохвості олені).

У центрі міста на площі Сокалу розташовані Національний палац – офіційна урядова резиденція – і Кафедральний собор – найстаріший католицький храм Америки. Улюбленим місцем туристів є парк Чапультепек, де знаходиться безліч визначних пам'яток: Національний антропологічний музей, Музей сучасного мистецтва, замок Чапультепек, зоопарк.

Знаменитим пам'ятником колоніальної епохи є собор, збудований на честь святої покровительки Мексики – Святої Діви Гвадалупської. Незвичайно гарне свято з урочистим хресним ходом, влаштовує в її честь щорічно 12 грудня, збирає близько мільйона прочан з багатьох країн Нового Світу.

У 40 км від Мехіко розташовані самі знамениті і таємничі пам'ятники індіанської культури: археологічний заповідник Теотіуакан з пірамідами Сонця

і Місяця, вулицею спочилих і храмом Кетцалькоатля (Пернатого Змея). Це місто є найбільшою археологічною зоною Америки.

Рів'єра Майя – молодий курорт в 50 км від Канкун, в декількох кілометрах від Тулума, національних парків Шкарет і Шель-Ха і на південь від всесвітньо відомої археологічної зони Чічен Ітца. Це свого роду оаза клубних готелів, конкуруючі між собою в наданні послуг. Багато хто з всюдисущих мекс. песопейців вже кілька років віддають перевагу «Пляякар» (так скорочено називають цю курортну зону) іншим мексиканським курортів, завдяки мальовничій природі, білосніжним пляжам і чарівною екзотиці приморського містечка.

Рів'єра Майя – курортна зона на східному узбережжі півострова Юкатан на південь від Канкун. Берегова лінія Рив'єри простягнулася на 150 км від Плай дель Секрет (Playa del Secreto) до Пунта Альєн (Punta Allen). Це місце, потопає в зелені, ідеально підходить для тихого, спокійного відпочинку, в т.ч. з дітьми. Рів'єра Майя всесвітньо відомий як своїми чудовим пляжами Канкун і рифами острова Косумель, так і пірамідами та храмами зниклої цивілізації індіанців майя: Чічен-Іца, Тулум, Шкарет. Протягнувшійся вздовж узбережжя бар'єрний риф дозволяє зробити цікаві занурення з аквалангом.

Півострів Юкатан розташований між 18' та 22' північної широти і 87' та 92' західної довготи. Весь цей район представляє собою рівнину практично на рівні моря. Зі сходу район омивається Карибським морем, а з заходу Мексиканській затоці. З боку Карибського моря вздовж узбережжя простягнувся бар'єрний риф. У північній і центральній частині півострова немає ні річок, ні озер. З давніх пір населення використовує дощову воду, яка збирається в природних вапняних криницях – сенотах. Практично вся площа півострова вкрита лісом з колючого чагарнику. [76]

Клімат Рив'єри Майя близький до ідеальному – з листопада по квітень температура води та повітря близько +30°C. Взимку, коли в Україні лежить сніг, на узбережжі Рив'єри Майя – пік пляжного сезону.

Курорт Рів'єра Майя це новий спільний проект уряду Мексики, Белізу і Гватемали. Згідно з його планами все Карибському узбережжі півострова Юкатан від Канкун до кордону Гватемали і Гондурасу буде перетворено у великий курортний комплекс. У 34 км від міста Канкун знаходиться курортне містечко Пуерто Морелос, далі на південь через 25 км знаходиться містечко і курорт Плай дель Кармен, це найбільший і найбільш розвинений комплекс на Рив'єрі Майя. У 30 хв плавання на човні, прямо навпроти Плай дель Кармен лежить острів Косумель. Його розмір 53 км на 15 км. Популярність цього острову приніс Жак Кусто, який занурювався до легендарного рифу Паланкар. Зараз це місце користується величезною популярністю у любителів підводного плавання. До острова можна дістатися на літаку з багатьох міст Мексики або на човні від Плай дель Кармен. Ще в 20 км на південь від Плай дель Кармен знаходиться курортний комплекс Пуерто Авентурас. Тут знаходиться яхт клуб і марина, куди заходять на своїх яхтах американські туристи. Далі через 25 км розташувався курорт Акумаль, і ще через 30 км археологічна зона Тулум і однойменний курорт.

Таско – місто-сувенір, побудований на сріблі. Від підніжжя до вершини мальовничої гори карабкаються черепичні дахи. Чим ближче до центру міста, тим частіше зустрічаються на узбіччі лавки, вітрини яких руйнуються від срібних виробів. Угледівши машину, від лавок до неї впадають молоді хлопці, спокуса приїжджиків майстерно спрацювали прикрасами.

Це – перше враження від міста Таско, званого «срібною столицею» Мексики. Таско тримався на схилі гори, і, щоб дістатися до Таско, доводиться пройти досить складний і небезпечний шлях. Вузькі стрічка дороги йде між пагорбами, ні на хвилину не даючи розслабитись: з одного боку – прірва, з іншого – стрімкі скелі. Однак ці труднощі не лякають туристів – а в Таско, як свідчить статистика, щороку їх приїжджає близько двох мільйонів.

Срібне місто, розташоване в трьох годинах їзди від столиці Мексики, широко відоме як «місто-сувенір». Саме так представляють його рекламні проспекти. І дійсно як пам'ятний подарунок увозить з Таско в душі його кра-

си, а на додачу обов'язково – і витвір із срібла. З срібним промислом так чи інакше пов'язана більшість тутешніх жителів. Одні зайняті видобутком дорогоцінного металу, інші створюють з нього різноманітні вироби, треті отримують дивіденди від їх продажу.

Срібних лавок в Таско величезна кількість, і жодної – з однаковою назвою. Кожен майстер поважає власну марку і своїх колег. У місті безліч дрібних сімейних майстерень, де створюється срібне диво. Серед кустарі – вчителі, лікарі, робітники, люди з гарною освітою і без освіти взагалі. Більшість поміняли професію, щоб заробити на вигідному підприємстві. Однак чимало і тих, хто з покоління в покоління успадковує досвід та мистецтво срібних справ майстрів [82].

Мансанільо – крупний курорт і центр туризму, розташовується в живописній лагуні Куютлан на побережжі Тихого океану. Це сучасне місто — порт і прекрасний комфортабельний туристичний центр з прекрасними пляжами, обрамленими зеленими пальмами і квітучими чагарниками. Зона готелів протягнулася майже на 10 км. уздовж живописної бухти, що глибоко врізалася в берег. У Мансанільо піщані пляжі.

Уатульно в штаті Охака на побережжі Тихого океану — найсучасніший з мексиканських курортів. Пляжі бухт Уатулько тягнуться на 10 кілометрів. Горби, що оточують їх, покриті буйною рослинністю, немов в тропічному раю. Уатулько дозволяє насолодитися комфортабельним пляжним відпочинком. Також радимо відвідати Тасько — дивно красиве містечко з архітектурою колоніального стилю, що славиться своїми срібних справ майстрами, а також заїхати до Куернавака — «місто вічної весни», де знаходяться вілли багатючих людей Мексики. Тут же зберігся палац Ернана Кортеса (його літня резиденція) і фортеця, збудована конкістадорами.

Ікстана — молодий, але надзвичайно перспективний курорт з добре розвиненою інфраструктурою готелів різних категорій, благодатним кліматом, теплим океаном, піщаними пляжами, золотими заходами сонця, пальмовими гаями. Це одне з чудових місць відпочинку на мексиканському побе-

режжі Тихого Океану. Середньорічна температура складає +25 С. Курорт підходить для тих, хто любить відпочивати наодинці з природою, насолоджуючись її красою і величчю. До послуг туристів дискотеки, бари, ресторани. У рибальському містечку Сиуатанехо Ви зможете покуштувати приголомшливо смачні блюда з дарів морить. Рив'єра — Майя — молодий курорт в 50 км. від Канкуна. Він добре підходить для сімейного відпочинку. Більшість клубних готелів пропонують систему живлення «все включено». пляжна смуга — білосніжний пісок.

2.4. ІНФРАСТРУКТУРА ТУРИЗМУ

Митниця. Громадянам СНД для в'їзду до країни необхідна віза, яка оформляється в посольствах Мексики. Для особистого користування дозволено ввезення: не більше 400 сигарет або 50 сигар або 250 грамів тютюну, до 2 літрів міцних алкогольних напоїв або вина, однієї відеокамери, одного фотоапарата, подарунки на суму не понад 300 USD. Заборонено ввезення: фруктів, овочів, рослин, живців і насіння рослин, квітів, продуктів з овочів, м'ясопродуктів, медикаментів (потрібний рецепт або медкарта), психотропних речовин і порнографічних видань.

Заборонений вивіз археологічних цінностей, антикваріату, рідкісних тварин і птахів, їх шкур і чучел. Дозволений вивіз іноземної валюти, національної, — не більше 5 тис. песо. Покарання за ввезення наркотиків дуже строге — порушники караються тюремним строком до 25 років і високими штрафами. При виїзді з Мексики необхідно заплатити збір аеропорту — приблизно 18 доларів США з кожного пасажера за винятком дітей до 2 років і транзитних пасажирів.

Зв'язок. Міжнародні телефонні переговори можна здійснити з готелів, спеціалізованих переговорних пунктів і з пошти. Дешевше дзвонити з вуличних телефонів — автоматів. Більшість з них працює за картками. Телефонні тарифи достатньо високі (додатково стягується податок у розмірі 49%).

Суспільний транспорт в Мексиці має розгалужену мережу і цілком доступний. Зручний засіб в Мексиці пересування — автобуси. У Мехіко 6 автобусних терміналів дальнього проходження. Міжміські автобуси слідують строго за розкладом, достатньо комфортабельні: з широкими кріслами, кондиціонером, туалетом і безкоштовними напоями. Діють автобуси класу «люкс», першого класу і звичайні автобуси, вони сильно розрізняються за ціною. Міські автобуси (вартість проїзду — 1 МХР) діють у всіх крупних населених пунктах. Квитки можна придбати в спеціалізованих кіосках або у водія. У всіх туристичних зонах діють маршрутні таксі («песеро»). Мікроавтобуси ходять по певному маршруту, оплата залежить від тривалості поїздки.

У Мехіко діють 9 ліній метрополітену, що охоплюють основні райони міста, а також аеропорт і залізничний вокзал «Буенавіста». Години роботи в буденні дні — з 5.00 до 0.30, по суботах — з 6.00 до 1.30, по воскресіннях і святах — з 7.00 до 0.30. Порівняно недорогий вид транспорту — таксі. У столиці діє декілька видів таксі. Зупинити таксі можна на вулиці, якщо на машині горить знак «libre» («вільний»), або найняти по телефону. У деяких таксі немає лічильників, тому про ціну слід домовлятися заздалегідь.

Достатньо розвинена мережа залізниць, вона зв'язує всі основні міста країни. Поїзди вважаються за надійний спосіб пересування по Мексиці, вони зв'язують всі основні міста країни. Єдиний недолік цього виду транспорту — численні кишенькові злочини.

Повідомлення з Каліфорнійським півостровом здійснюється судами і поромами. Пароплави курсують між містами Гуаймас і Санта-Росалія. Туристів привертають також круїзи уздовж західного побережжя американського континенту із заходом в порти Масатлан, Пуерто-Вальярто і Акапулько.

Щоб узяти в оренду машину, необхідна кредитна карта і наявність мексиканської страховки. У Мехіко протягом одного певного дня в тиждень заборонено використовувати всі приватні автомобілі (включаючи орендовані) з певною комбінацією букв або цифр в номері, про це повідомляють спеціальні

оголошення «Noy no Circula» («Сьогодні проїзд заборонений») в газетах і на спеціалізованих стендах.

Великий попит мають внутрішні авіалінії. Вони надійні, зручні, економлять час і туристам, і бізнесменам: переліт з Мехіко в Акапулько займає 35 хвилин, а до Гвадалахари ви летітимете близько години.

Медицина. Медичне обслуговування платне і достатньо дороге. Придбання деяких ліків можливе тільки за наявності рецепту лікаря, тому необхідні препарати тривалого користування слід привозити з собою (з обов'язковим документальним підтвердженням показання до їх застосування). Рекомендується провести профілактику проти малярії, вакцинацію проти гепатиту А і Б, а також оформити міжнародну медичну страховку.

Мексика є країною підвищеної ризику шлунково-кишкових захворювань. У їжу необхідно вживати тільки продукти, що пройшли теплову обробку, пастеризоване молоко, відмовитися від вуличного живлення. Харчовий лід також не завжди відповідає нормам. Більшість готелів, особливо високого класу, мають очищену і придатну для пиття воду. Рекомендується вживати питну воду в пластикових пляшках промислового розливу, яка продається у всіх продовольчих магазинах і барах.

Окрім печені тропічного сонця, в країні достатньо висока сейсмічна активність і вулканізм, причому багато активних вулканів розташовуються достатньо близько від крупних міст (Попокатепетль — 60 км. від Мехіко). Навколо вулканів створені 12 — кілометрові зони безпеки, доступ в яких закритий. Сильне забруднення повітря в Мехіко також може представляти реальну небезпеку для здоров'я.

Магазини зазвичай працюють з 9.00 — 10.00 до 19.00 — 22.00 з традиційною перервою на «сієсту» з 14.00. до 16.00, вихідний день — воскресіння. Більшість магазинів в готельній зоні відкриті з 10.00 до 22.00 щодня. Мексиканська народна творчість дуже різноманітно і відображає невичерпну фантазію і винахідливість ремісників. У Мексиці можна купити все, що якимось пов'язане з жабами (статуетки в костюмах, високоякісні вироби з срібла).

Вироби кустарного промислу, одяг і народні традиції змінюються залежно від регіону, але глиняний посуд, самоткане тканини, гамаки і корзини — завжди якнайкращі покупки як сувеніри з Мексики. У мексиканських умільців можна купити кам'яні статуетки бога Тлалоки, шерстяні накидки (пончо), плетені маски, кераміку, чеканку на металі, ювелірні вироби з срібла, ритуальний ацтекський ніж з лезом з обсидіану і рукояткою у вигляді голови орла, музичні інструменти.

Безпека. У Мексиці зберігається високий рівень злочинності, насамперед, кишенькових крадіжок і пограбувань. Рекомендується здійснювати поїздки на автомобілі, автобусі і поїздах тільки вдень. Таксі рекомендується брати з офіційних стоянок («sitios») або замовляти по телефону, отримавши у диспетчера номер машини і номер ліцензії таксиста. У аеропорту Мехіко слід наймати тільки жовті таксі аеропорту, заздалегідь заплативши за виклик у відповідному кіоску «Transportacion Terrestre» в холі аеропорту. Зона готелів — це спокійна і надійна частина міста, але звичайні запобіжні засоби, як в будь-якому іноземному місті будуть не зайвими. Рекомендується уникати одиночних походів в провінційних районах.

2.5. ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Туризм в Мексиці — це дуже важлива галузь мексиканської економіки. Мексика є одним з найбільших туристичних центрів у світі — зокрема, серед латиноамериканських країн Мексика є найпопулярнішою країною для іноземних туристів, і займає восьме місце за кількістю іноземних туристів, що прибувають в країну, в усьому світі. Доходи від міжнародних туристів досягли 12,2 мільярдів доларів США в 2006 році. Найвідоміші пам'ятки Мексики — це древні Мезоамериканські руїни, колоніальні міста, і популярні морські курорти. Помірний клімат і унікальна культура являють собою сплав мекс. месопотамської (особливо іспанської) і мезоамериканської культур, що також робить Мексику привабливим туристичним напрямом. Пікові сезони для тури-

зму в країні – грудень і в розпал літа. Найбільший відсоток іноземних туристів складають громадяни США і Канади. Більшість інших туристів приїжджає з Мекс. песопи та Азії. Невелика кількість туристів також приїжджає на відпочинок до Мексики з інших латиноамериканських країн [76].

Міністерство Туризму Мексики поділилося секретами популярності країни. Виявляється, 62% іноземних туристів приїжджають до Мексики заради відвідування десяти її визначних пам'яток і об'єктів. Ось їх список: Канкун-Рів'єра Майя, Лос Кабос, Мехіко, Пуерто Вальярта, Гвадалахара, Акапулько, Монтеррей, Мазатлан, Оахака і Пуебла.

Перші 7 об'єктів зосереджують 58% з 12,6 мільйонів туристів, які приїжджають в країну щорічно, тобто 7,3 мільйона чоловік. Тільки в Канкун і Рів'єра Майя приїжджають 26% туристів, рівно стільки ж – в Лос Кабос, причому останній у минулому році зайняв друге місце серед найбільш відвідуваних туристичних визначних пам'яток країни.

Основним «постачальником» туристів до Мексики є США – майже 8,5 мільйонів туристів. Далі йдуть Канада – 675000, Іспанія – 261000, Великобританія – 260000 і Франція – 160000. Гості з цих країн становлять 80% від загальної кількості відвідувачів.

Останнім часом максимальний приріст мандрівників спостерігається з Іспанії, в основному завдяки контрасту після різкого спаду кількості туристів у 2005 році із-за урагану Вілма. 42,1% туристів, що приїжджають до Мексики мають щорічний дохід від 30 до 50 тисяч доларів, 14,5% – від 50 до 60 тисяч, 15% – понад 60000 доларів.

Галузь фінансується на 55% з Національного фонду, решту становлять американські та іспанські інвестиції. Влада Мексики витратила, наприклад, з початку 2006 року майже три мільярди доларів на розвиток туризму. Протягом перших чотирьох місяців інвестиції в сектор склали 2,8 мільярдів доларів. За 16 місяців в туризм було вкладено 6,3 мільярдів доларів.

Міністерство туризму Мексики готує програму ефективного використання фінансових вкладень, покликану підвищити рівень сервісу на мекси-

канських курортах. Так, планується реконструювати міські дренажні системи, поліпшити якість питної води, зайнятися станом місцевих пляжів.

2.6. Висновки з другого розділу

З вищесказаного можна підвести такі висновки:

1. Розповсюдження в Мексиці практично всіх видів туризму – морського і наземного, спортивного і лікувально-оздоровчого, екстремального і пляжного і так далі – пояснюється перш за все унікальним поєднанням природних ресурсів: це тепле море, м'який і здоровий середземноморський та гірський клімат, колосальна протяжність берегової лінії, гірський рельєф з його прекрасними панорамними видами, тропічні ліси та інше. Навряд чи можна знайти в світі іншу країну для порівняння.

2. Другий найважливіший чинник розвитку туризму до Мексики – як найдавніша й оригінальна історія і культура країни, де є свідoctва і реліквії, що збереглися до наших днів. Мексика входить в першу десятку в світі по числу культурних пам'ятників світової спадщини.

3. Третій найважливіший чинник, що забезпечив високий рівень розвитку туризму, – відвертість мексиканців по відношенню до іноземців. Мексиканці — гостинний і доброзичливий народ. Вони обожнюють демонструвати свої таланти танцюристів туристам, завжди мають життєрадісний настрій.

Розділ 3.

ОЦІНКА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В МЕКСИЦІ

3.1. МІСЦЕ МЕКСИКИ НА СВІТОВОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ

У 2008 році іноземні туристи витратили в Мексиці 13,3 мільярда доларів, що перевищує показники 2007 року (12,9 мільярда) на 3,4%. Середні витрати кожного туриста склали 760 доларів. Всього в минулому році країна прийняла 22,6 мільйонів зарубіжних гостей (з ночівлею), з них близько 80% – громадяни США. Усього ж за рік країну відвідали 97 млн. осіб. Кількість туристів з Росії та України не перевищила 10 тисяч чоловік.

Число прикордонних поїздок, які здійснюють до Мексики американські туристи, в 2008 році виросло на 11%. У році, що наступив, туристична сфера країни отримає рекордний обсяг інвестицій – 9,35 мільярда доларів. Для порівняння: протягом двох останніх років, разом узятих, в турбізнес Мексики було інвестовано 8,45 мільярдів доларів.

У січні 2009 року, не дивлячись на непросту економічну ситуацію, а також на минулу в американських ЗМІ інформацію про небезпеку поїздок до Мексики, зростання **турпотока** сюди склало 14,3%.

Зміни на світовому ринку в результаті епідемії атипової пневмонії на частку 10 провідних країн світового туристського ринку в сукупності припадає близько половини міжнародних туристських приїздів і доходів від туризму. Незважаючи на нерівномірне розвиток туристського ринку в минулому році, рейтинг країн-лідерів не зазнав значних змін. В 2003 р. країни, займали чотири верхні рядки світового рейтингу в плані туристських приїздів і надходжень від міжнародного туризму, зберегли свої позиції, і незаперечним лідером ринку як і раніше залишаються Франція та США. У плані міжнародних туристських приїздів найбільш значних втрат зазнала Канада, перемістившись із 7 на 10 місце в результаті 13% скорочення туристських приїздів, викликаних спалахом атипової пневмонії. Позитивні зміни відзначені в Австрії,

піднявшись в світовому рейтингу на 2 пункти і зайняв 7 місце, а також у Німеччині, піднялися на 9 місце. Зміни в списку країн, що мали найвищі доходи від туризму, були викликані епідемією атипової пневмонії і коливаннями обмінного курсу валют, що мали місце в минулому році і викликали зміцнення позицій мекс. песопейських туристських центрів і ослаблення туристських напрямків Азіатського регіону. Німеччина і Великобританія піднялися в списку на одну строчку, а Мексика увійшла в десятку лідерів. Рейтинг Китаю знизився на два пункти, а Гонконг (Китай) не потрапив до списку 10 провідних країн. Ймовірно, однак, що ситуація, що склалася, носить тимчасовий характер, оскільки очікується, що країни Азіатського регіону швидко повернутися на втрачені позиції. [79]

Международные туристские прибытия (млн.)						
Место	Серия	2002	2003*	Изменения (в %)		Рыночная доля 2003*
				02/01	03*/02	
Мир		703	691	2.8	-1.7	100
1 Франция	TF	77,0	75,0	2,4	-2,6	10,9
2 Испания	TF	52,3	51,8	4,5	-1,0	7,5
3 США	TF	43,5	41,2	-7,2	-5,3	6,0
4 Италия	TF	39,8	39,6	0,6	-0,5	5,7
5 Китай	TF	36,8	33,0	11,0	-10,4	4,8
6 Великобритания	VF	24,2	24,7	5,9	2,2	3,6
7 Австрия	TCE	18,6	19,1	2,4	2,5	2,8
8 Мексика	TF	19,7	18,7	-0,7	-5,1	2,7
9 Германия	TCE	18,0	18,4	0,6	2,4	2,7
10 Канада	TF	20,1	17,5	1,9	-12,9	2,5

В Американському регіоні 2003 р. почався в умовах продовження війни в Іраку. У США на перше місце вийшли питання, пов'язані з національною безпекою, хоча протягом року ситуація поступово ставала менш напруженою. Минулий рік в регіоні закінчився скороченням туристського ринку на 3% в плані міжнародних туристських прибуття, у той час як надходження від міжнародного туризму, виражені в місцевих валютах з урахуванням реальних умов, скоротилися на 1%.

Доходы от международного туризма (млрд. дол. США)					
Место			Изменения (в %)		Рыночная доля
	2002	2003*	02/01	03*/02	2003*
Мир	480	523	3.8	8.9	100
1 США	66,7	64,5	-7,2	-3,3	12,3
2 Испания	33,8	41,8	3,3	23,6	8,0
3 Франция	32,7	37,0	7,8	13,1	7,1
4 Италия	26,9	31,2	4,1	16,2	6,0
5 Германия	19,0	23,0	5,7	21,2	4,4
6 Великобритания	20,5	22,8	8,9	10,7	4,3
7 Китай	20,4	17,4	14,6	-14,6	3,3
8 Австрия	11,2	14,1	9,5	25,2	2,7
9 Турция	11,9	13,2	18,2	10,9	2,5
10 Греция	9,7	10,7	2,6	10,0	2,0

У США третій рік підряд спостерігаються негативні показники розвитку туризму (-5% туристських приїздів). У Канаді в результаті війни і спалаху атипової пневмонії число туристських приїздів упало на 13%, в той же час в Мексиці цей показник знизився на 5%, що було викликане скороченням обсягу виїзного туризму з США, в особливості, спадом коротких прикордонних поїздок. Зміна конкурентоспроможності цін як в Мекс. песопі, так і в Американському регіоні пішли на користь туристським центрам Карибського басейну, оскільки все більше американців розглядав їх як безпечну і недорогу альтернативу Європі та Азії.

Такі великі туристичні напрямки, як Пуерто-Рико (5%), Куба (+12%), Домініканська Республіка (17%) і Ямайка (+7%), зареєстрували підйом туристського ринку. Туризм у країнах Центральної та Південної Америки також виграв від співвідношення курсу обміну долара США до мексиканського песо, оскільки національні валюти цього регіону тісно прив'язані до американського долара. У Центральній Америці Коста-Ріка відзначила збільшення міжнародних туристських приїздів на 11%, в той же час, в туристських центрах Південної Америки відновлення відносної економічної та політичної стабільності Аргентини позитивно позначилося на туристській активності в

сусідніх туристських центрах Бразилії (8%) і на становищі в самій Аргентині, відзначив зростання туристських приїздів на 6% у порівнянні з 2002 р.

3.2. СТРУКТУРА ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ МЕКСИКИ

Згідно Концепції допоміжних рахунків індустрії туризму (TSA) економічна структура туристичної діяльності складається зі *статей попиту і пропозиції*. «Допоміжний рахунок» допоможе сконструювати два різних, що доповнюють один одного, агрегованих показника пропозиції у сфері туризму: індустрія туризму і економіка туризму.

Перший з них – індустрія туризму включає однозначно визначуваний виробничий внесок «індустрії» (тобто тільки прямий внесок) для порівняння з внесками інших галузей економіки, тоді як другий – економіка туризму – включає ширше розуміння ролі туризму, в масштабі всієї економіки, тобто прямий і непрямий внесок.

Індустрія туризму – прямий вплив активності туристів (перевезення, розміщення, продукти харчування і напої, рекреація, розваги і туристичні послуги). *Економіка туризму* – це прямий і непрямий вплив активності туристів, капіталовкладень, експорту і державних служб.

Статті попиту включають:

1. Індивідуальний туризм і подорожі. Ця категорія формально називається «Особисте споживання у галузі туризму » і включає всі особисті витрати, здійснювані резидентами країни на оплати різних послуг (житло, що знімається, транспорт, розваги, продовольство, фінансові послуги і так далі) і товари (тривалого і короткочасного користування) галузі, якими користуються туристи. Такі витрати можуть мати місце або після поїздки. У поняття «витрати» включається вся сфера туризму -, як виїзди за рубіж, так і переміщення усередині країни.

2. Ділові поїздки. Ця категорія формально називається «Проміжне споживання у галузі туризму» або, простіше, в ділових поїздках. До цієї катего-

рії відносяться урядові витрати на товари і послуги (транспорт, житло, продовольство, розваги, і так далі), якими користуються державні службовці під час робочих поїздок.

3. Державні інвестиції (індивідуальні). Ця категорія формально називається «Неринкові (індивідуальні) послуги» і включає витрати (перерахування грошових коштів і допомоги) державними установами на послуги сфери туризму, що надаються іноземцям, – такі, як культурні програми (наприклад, музеї), відпочинок (наприклад, національні парки), митне очищення (наприклад, імміграційний контроль, митна служба) і ін.

4. Експорт від туристів. Ця категорія включає витрати іноземців на товари і послуги в даній країні.

Ці чотири статті утворюють споживання індустрії туризму, тобто загальні витрати у сфері туризму на товари і послуги, що здійснюються іноземцями або від імені іноземців в даній країні.

5. Державні інвестиції (колективні). Ця категорія формально називається «Неринкові (колективні) послуги» і включає витрати (перерахування коштів і допомоги) державними установами на послуги, пов'язані з туризмом і відпочинком, але що не відносяться безпосередньо до окремого іноземця. Ці витрати – такі, як стимулювання туризму, зміст адміністрації аеропортів і служб безпеки, санітарно-гігієнічне обслуговування туристичних місць і курортів і ін. – здійснюються суспільством в цілому.

6. Капіталовкладення. Ця категорія формально називається «Процес формування капіталу» і включає капіталовкладення від прямих постачальників послуг сфери туризму, а також від державних установ, що надають іноземцям матеріальну базу, устаткування і інфраструктуру.

7. Експорт (не туристичний). Ця категорія включає споживчі товари (одяг, електроніку, бензин), що експортуються виключно з метою продажу іноземцям, а також капітальні товари (такі, як літаки або круїзні судна), що експортуються для використання постачальниками послуг в індустрії туризму.

Ці три статті утворюють попит на туризм і подорожі – показник активності туристичної галузі в національній економіці.

У Мексиці на 2009 рік структура попиту на туристичні послуги виглядала таким чином (таб. 3.1):

Таблиця 3.1

Структура попиту на туристичні послуги в Мексиці

Статті попиту	млн. мекс. песо
Індивідуальний туризм і подорожі	960,6
Ділові поїздки	124,5
Державні інвестиції (індивідуальні)	34,2
Експорт від туристів	176,6
<i>Споживання індустрії туризму</i>	1295,9
Державні інвестиції (колективні)	27,8
Капіталовкладення	346,9
Експорт (не туристичний)	289,5
Попит на туризм і подорожі	1960,0

Джерело: [85]

Статті пропозиції включають:

1. Індустрія туризму у ВВП (прямі витрати). Це прямий валовий внутрішній продукт (також званий «додана вартість») і зайнятість, пов'язані із споживанням в секторі туризму. Цей показник – однозначно визначуваний внесок в галузь туризму з боку пропозиції, який можна порівняти з еквівалентними внесками інших галузей економіки у ВВП і зайнятість. Організації в цій категорії – це традиційні постачальники послуг у сфері туризму і відпочинку, такі, як авіакомпанії, готелі, компанії по оренді автомобілів і так далі

2. Індустрія туризму у ВВП (непрямі витрати). Це непрямий валовий внутрішній продукт, пов'язаний із споживанням в секторі туризму. Це внесок у вигляді первинних продуктів в економіку даної країни, здійснюваний постачальниками в традиційну галузь туризму. Організації в цій категорії – це

компанії-постачальники палива, харчових продуктів, пральні, бухгалтерські фірми і так далі

3. Імпорт індустрії туризму. Вартість товарів, імпортованих організаціями, зайнятими безпосередньо або побічно в секторі туризму.

Ці три статті утворюють загальну пропозицію індустрії туризму.

4. Індустрія туризму, а також зв'язаних галузей економіки у ВВП (прямі і непрямі витрати) – прямий і непрямий валовий внутрішній продукт (також звана «додана вартість») і зайнятість, пов'язані з попитом в секторі туризму. Цей показник – наймасштабніша міра внеску туристичної галузі в національну економіку. Організації в цій категорії – це все вищеописані установи, а також підприємства оброблювальної промисловості, будівельні компанії, уряд і ін., тобто організації, що мають відношення до капітальних вкладень і нетуристичного експорту, плюс державні служби.

5. Імпорт індустрії туризму і зв'язаних галузей (економіки туризму) – вартість товарів, імпортованих організаціями, безпосередньо або побічно зайнятими в секторі туризму.

Ці дві статті утворюють загальну пропозицію економіки туризму.

У Мексиці на 2009 рік структура пропозиції туристичних послуг виглядала таким чином (таб. 3.1):

Таблиця 3.2

Структура пропозиції туристичних послуг

	млн. мекс. песо
Індустрія туризму у ВВП (прямі витрати)	555,3
Індустрія туризму у ВВП (непрямі витрати)	519,2
Імпорт індустрії туризму	221,4
Загальна пропозиція індустрії туризму	1295,9
Індустрія туризму, а також зв'язаних галузей економіки у ВВП	1657,7
Імпорт економіки туризму	302,4
Загальна пропозиція економіки туризму	1960,0

3.3. Вплив туризму на економіку Мексики

Туризм і подорожі, включаючи транспорт, житло, живлення, відпочинок і послуги для гостей – одна з найпріоритетніших галузей світової економіки і провідний працедавець.

ПОПИТ

Попит на туризм і подорожі в 2009 р. досягне в світі, за оцінкою, 7340 млрд. дол. в економічній активності (загальний попит), а до 2019 р. виросте до 14382 млрд. дол. Очікується, що в 2009 р. попит на туризм і подорожі в Південній Америці збільшиться до 1975 млрд. дол., і до 3621 млрд. дол. у 2019 р. У Мексиці в 2009 р. попит на туризм і подорожі складе 1960 млрд. мекс. песо (158,2 млрд. дол.) у економічній активності (у загальному попиті), а в 2019 р. – 4415 млрд. мекс. песо (335,4 млрд. дол.).

ВВП

Внесок індустрії туризму в світовий ВВП складе в 2009 р. 3,2%. При цьому внесок економіки туризму (тобто включаючи і інші галузі, пов'язані з туризмом і подорожами) в світовий ВВП складе в цьому ж році 9,4%. У Південній Америці ці показники досягнуть 3,5% і 9,7% відповідно.

Внесок галузі туризму у валовий внутрішній продукт (ВВП) Мексиці склав, по оцінках на 2009 р., 4,5% (555,3 млрд. мекс. песо, або 44,8 млрд. дол.), а до 2019 р. підвищиться в номінальному виразі до 1144 млрд. мекс. песо, або 86,9 млрд. дол. (7,6% ВВП). Внесок економіки туризму (тобто всіх галузей, безпосередньо або побічно пов'язаних з туризмом і подорожами) у ВВП за той же період повинен вирости з 13,3% (1658 млрд. мекс. песо, або 133,8 млрд. дол.) до 14,8% (3644,5 млрд. мекс. песо, або 276,9 млрд. дол.).

ЗРОСТАННЯ

Туризм і подорожі – це галузь, що нестримно розвивається, приріст економічної активності досягне в якій в наступних 10 років в реальному виразі досягне 4,0% в рік по всьому світу. У Південній Америці цей показник складе 3,5% в рік за період 2007-2019 рр., а в Мексиці – 4,8%.

ЗАЙНЯТІСТЬ

Галузь туризму активно використовує людські ресурси, створюючи привабливіші робочі місця в порівнянні з іншими галузями. У 2009 р. одне з кожних 13,1 робочих місць буде сформовано галуззю туризму. Економіка туризму у світовому масштабі використовує 7,6% всієї робочої сили. В даний час в галузі існує 77,3 млн. робочих місць, а в економіці туризму, тобто включаючи зв'язані галузі – 219,8 млн. Ці показники виростуть до 2019 р. до 97,8 і 275,7 млн. робочих місць в галузі і економіці відповідно. У індустрії туризму Південної Америки в 2009 р. очікується створення 7457 тис. робочих місць (3,7% всієї зайнятості), а в економіці туризму (тобто включаючи всі зв'язані галузі) цей показник досягне 21129 тис. робочих місць (10,4% всієї зайнятості).

У економіці туризму (тобто всіх галузей економіки, безпосередньо або побічно пов'язаних з туризмом і подорожами) Мексиці, по оцінках на 2009 р., буде сформовано 5631 тис. робочих місць, що складе 12,9% загальній зайнятості, або 1 робоче місце на кожних 7,7 по країні. Очікується, що до 2019 р. ця цифра виросте до 1731 тис. робочих місць, тобто до 20,9% загальної зайнятості, або 1 робочого місця на кожних 4,8 по країні. 449 тис. робочих місць окремо в індустрії туризму складе в 2009 р. 12,9% загальній зайнятості, а до 2019 р. очікується на рівні 1954 тис. робочих місць, що також дорівнюватиме 14,4% загальній зайнятості.

ЕКСПОРТ ВІД ТУРИСТІВ

Сектор туризму є провідним експортером, при цьому в'їжджаючи гості безпосередньо беруть участь в процесі вливання іноземної валюти в економіку країни. Експорт туристичного сектора в Південній Америці складе в 2009 р., за оцінкою, 14,3% загального експорту. У Мексиці експорт від туристів формує істотну частку внеску туристичної галузі у ВВП.

У загальному експорті Мексиці за 2009 р. 13,4% поступають від галузі туризму (466 млрд. мекс. песо, або 37,6 млрд. дол.), а в 2019 р. цей показник

виросе до 168,2 млрд. мекс. песо, або 88,8 млрд. дол. (12,3% загального експорту).

КАПІТАЛОВКЛАДЕННЯ

Розвиток галузі туризму стимулює розвиток будівництва і промисловості. Капіталовкладення державного і приватного секторів економіки в туристичну галузь по всьому світу складуть в 2009 р. 1220 млрд. дол., або 9,4% всіх інвестицій, а до 2019 р., по оцінках, виростуть до 2590 млрд. дол., або 9,3%. У Південній Америці капіталовкладення в туризм і подорожі в 2009 р. складуть 313,9 млрд. дол., або 10,9% загальних капіталовкладень регіону.

У Мексиці цей показник досягне в тому ж році 346,9 млрд. мекс. песо (28 млрд. дол.), або 14,3% загальних капіталовкладень, а до 2019 р. – 845,7 млрд. мекс. песо (64,3 млрд. дол.), або 14,0% загальних капіталовкладень.

УРЯД

Галузь туризму є генератором і одержувачем державного капіталу. В цілому по світу в 2009 р. буде сконцентровано 404,2 млрд. державних асигнувань, або 3,9% всіх державних витрат. До 2019 р. державні витрати на галузь повинні вирости до 709,3 млрд., або 4,0% всіх державних витрат. Державні операційні витрати на галузь туризму в Мексиці складуть, по деяких оцінках, в 2009 р. 62 млрд. мекс. песо (5,0 мільярда), або 4,8% всіх державних витрат.

ЗАГАЛЬНИЙ ПОПИТ

Очікується, що в 2009 р. частка сектора економіки, пов'язаного з подорожами і туризмом, складе В Мексиці 5630,6 млрд. мекс. песо від загальної потреби економіки в інвестиціях, що включає:

- 960,6 трлн. мекс. песо на особисте споживання російськими громадянами у сфері подорожей і туризму (11,6% від загального особистого споживання);
- 124,5 млрд. мекс. песо на ділові подорожі приватних компаній і офіційні візити державних службовців;

— 62,0 млрд. мекс. песо на державні витрати (що складає 4,8% від загальної суми державних витрат в Мексиці) по забезпеченню індивідуальних і колективних послуг в області розвитку індустрії туризму в країні, включаючи в'їзний туризм;

— 346,9 млрд. мекс. песо на капіталовкладення, або 13% від загального об'єму капіталовкладень до Мексиці, у формі особистих, комерційних і суспільних вкладень в розвиток туристичної індустрії і її інфраструктури як окремими громадянами, так і туристичними компаніями і державними установами;

— 176,6 млрд. мекс. песо на туристичний експорт, що є частиною світового туристичного ринку, або 5,1% від загального мексиканського експорту;

— 289,5 млрд. мекс. песо на зовнішньоторговельний товарний експорт, або 8,3% від загального експорту.

Таблиця 3.3

Оцінки і прогнози розвитку галузі туризму в Мексиці

	2009 рік			2019 рік		
	млрд. мекс. песо	%	зростання	млрд. мекс. песо	%	зростання
Індивідуальний туризм і подорожі	960,6	11,6	-0,7	2034,6	12,2	4,4
Ділові поїздки	124,5	1,0	-4,6	253,6	1,0	4,0
Державні інвестиції	62,0	4,8	4,7	112,6	5,0	2,8
Капіталовкладення	346,9	13,0	2,4	845,7	14,0	5,9
Експорт від туристів	176,6	5,1	-3,8	399,1	4,2	5,1
Експорт (не туристичний)	289,5	8,3	2,8	769,1	8,1	6,8
Попит на туризм і подорожі	1960,0	12,0	0,0	4414,6	12,7	5,0
Індустрія туризму у ВВП	555,3	4,5	-1,3	1144,2	4,6	4,1
Індустрія туризму і зв'язані галузі економіки у ВВП	1657,7	13,3	0,0	3644,5	14,8	4,8
Зайнятість в індустрії туризму	1731,2	4,0	-0,5	1954,1	4,1	1,2
Зайнятість в індустрії туризму і зв'язаних галузях економіки	5630,6	12,9	-0,9	6864,7	14,4	2,0

Джерело: [85]

Дані цифри показують, що сектор індивідуального і ділового туризму складає приблизно 50% від загального розвитку туристичної індустрії. Враховуючи актуальність і важливість туристичного сектора в цілому, його розвиток має бути одним з основних державних пріоритетів, що гарантуватиме стабільне зростання в майбутньому.

За останніх 17 років (1988-2005) економічна активність російських громадян в області туризму переживала і зльоти, і падіння, і періоди відносної стабільності (з 1998 р.). Але зростання показників в туристичній індустрії, проте, перевищив 59% з 1988 р. (Порівняємо це з 41% загального зростання за аналогічний період в ЄЕС і з 57% зростання в світі в цілому).

Хоча, як і в інших країнах, на розвитку туристичного бізнесу в Мексиці позначилися наслідки подій 11 вересня 2001 р., після нормалізації ситуації в 2002 р. попит в індустрії туризму знову почав рости. Зараз в туристичному секторі в Мексиці спостерігається стабільне зростання.

Очікується, що в 2009 р. в зв'язку зі світовою фінансовою кризою падіння в мексиканській індустрії туризму в цілому складе $-0,7\%$. У більш довгостроковій перспективі до 2019 р. прогнозується щорічне зростання в середньому на $4,8\%$, що перевищить прогнозовані $4,0\%$ зростання на світовому ринку, $3,5\%$ середньорічного зростання в країнах ЄС і Південній Америці.

Всесвітня Рада з Туризму (WTTC) та Організація економічних прогнозів Оксфорда (OEF) прогнозують на найближче майбутнє значне зростання капітальних вкладень, туристичного та нетуристичного експорту (відповідно $5,9$, $5,1$ і $6,8\%$ за рік), що забезпечить необхідну підтримку для розвитку ділового туризму і притоки державних інвестицій в туристичну галузь. Очікується, що ці показники також ростимуть, хоча і трохи повільніше.

ЗАЙНЯТІСТЬ

Кількість робочих місць, пов'язаних з туризмом як прямо, так і побічно, в 2009 р. складає в Мексиці 5631 тисяч, включаючи:

- співробітників туристичних компаній
- співробітників державних установ, пов'язаних з туризмом

— співробітників компаній-постачальників.

До першої категорії відносяться співробітники, що працюють безпосередньо в туристичній індустрії; в цілому ж всі три категорії представляють пов'язаний з туризмом сектор економіки.

Кількість робочих місць в туристичній галузі в Мексиці в 2009 р. імовірно складе 1731 тис., або 4,1% від загальної кількості робочих місць в країні, а до 2019 р. число робочих місць складе 1954 тис., або 4,1% від загальної зайнятості в Мексиці.

5631 тисяча робочих місць в індустрії туризму на 2009 р. складає 12,9% від загального числа робочих місць в країні, а до 2019 р. зайнятість в секторі економіки, пов'язаному з туризмом, зросте на 1234 тис. робочих місць, що складе 14,4% від загальної зайнятості населення країни.

За останні десять років у сфері зайнятості в індустрії туризму Мексиці спостерігається повільне зростання. Кількість робочих місць в ній збільшилася більш ніж на 770 тисяч. У зв'язку зі зменшенням потоку іноземних туристів та туристичного експорту, прогноз щодо зростання зайнятості до 2009 р. негативний – –0,5%.

Таблиця 3.4

Питома вага та темпи зростання зайнятості
в економіці туризму в країнах Америки

Місце у світі		2009 рік % ВНП		Місце у світі		2019 рік % ВНП
54	Мексика	12,9		12	Еквадор	4,1
71	Аргентина	10,1		33	Бразилія	3,0
74	США	9,7		52	Перу	2,6
75	Канада	9,7		69	Аргентина	2,4
91	Куба	8,2		76	Венесуела	2,3
110	Перу	6,8		93	Мексика	2,0
121	Венесуела	6,1		115	Куба	1,6
125	Еквадор	5,9		133	США	1,2
127	Бразилія	5,9		140	Чилі	0,9
155	Чилі	4,6		152	Канада	0,6

Якщо зростання в економіці та в секторі туристичного експорту протягом наступних десяти років продовжуватимуть, то можна чекати створення

120 тис. нових робочих місць за рік. Це означає, що загальна кількість робочих місць в індустрії туризму з 2007 р. по 2019 р. щорічно збільшуватиметься на 1,2%.

Таблиці, що приводяться, ілюструють наступні цікаві моменти. По-перше, найбільш значне зростання робочих місць в індустрії туризму спостерігалось в кінці 1990-х рр.

По-друге, якщо порівняти показники зайнятості у сфері туризму в Мексиці (як відсоток від загальної зайнятості) з аналогічними показниками в інших країнах, то Мексика займає 54-е місце.

ВАЛОВИЙ ВНУТРІШНІЙ ПРОДУКТ (ВВП)

Очікується, що в 2009 р. загальний дохід індустрії туризму складе 555,3 млрд. мекс. песо (44,8 млрд. дол.), або 4,5% загального ВВП.

У ширшому розумінні, пов'язаний з туризмом (як безпосередньо, так і побічно) сектор економіки принесе 1658 трлн. мекс. песо (133,8 млрд. дол.), або 13,3% від загального значення ВВП. Довгострокові прогнози зростання внеску туристичної галузі у ВВП також позитивні і можуть перевищити 4,8% реального щорічного зростання до 2019 р. Очікується, що за той же період частка туристичної індустрії у ВВП зросте на 1,5 процентних пунктів і досягне 14,8% доль загального ВВП, що складе 1144 трлн. мекс. песо (86,9 млрд. дол.).

Дані прогнози демонструють важливу стимулюючу роль туристичної галузі в розвитку економіки, особливо для країни, що розвивається. Перша частина графіків (стовпчикова діаграма) наочно ілюструє, що туристична галузь в Мексиці є одним з основних каталізаторів для її економіки.

У країнах Південній Америки залежність між ВВП і туризмом набагато слабкіша, і обидва розвиваються приблизно паралельно. Представлені таблиці показують, що невеликі, але позитивні зміни в туристичній індустрії, особливо наочно видні на графіках, що ілюструють ситуацію в Мексиці, можуть надавати значну дію на економічний стан в туризмі в цілому.

Таблиця 3.5

Питома вага та темпи зростання ВВП економіки туризму
в країнах Америки

Місце у світі		2009 рік % ВВП		Місце у світі		2019 рік % ВВП
49	Мексика	13,3		68	Еквадор	4,9
78	Куба	9,6		76	Мексика	4,8
79	США	9,5		86	Перу	4,6
93	Канада	8,7		91	Бразилія	4,5
95	Аргентина	8,5		93	Аргентина	4,5
111	Перу	7,4		109	Канада	4,0
125	Еквадор	7,0		114	Чилі	3,9
131	Венесуела	6,6		126	Венесуела	3,7
141	Бразилія	6,2		143	США	3,3
164	Чилі	4,4		155	Куба	2,7

Джерело: [86]

КАПІТАЛОВКЛАДЕННЯ

Очікується, що в 2009 г. обсяг капіталовкладень в грецьку індустрію туризму складе 347 млрд. мекс. песо, або 13% від загального обсягу інвестицій. Найбільшу частку капіталовкладень складають приватні інвестиції в нові заводи і устаткування, тоді як державний сектор в основному вкладає засоби в створення нової туристичної інфраструктури.

Це свідчить про зростання капіталовкладень, що продовжується, в мексиканську туристичну індустрію з середини 1990-х рр. Очікується, що протягом наступних десяти років (2009-2019 рр.) обсяг капіталовкладень в цю галузь щорічно збільшуватиметься в середньому на 5,9% в реальному численні.

Вивчення прогнозів і результатів капіталовкладень в туристичну галузь дозволяє краще зрозуміти положення на ринку в економіці окремо узятій країни і очікування приватного і державного секторів економіки на майбутнє. Як правило, капіталовкладення в туристичну індустрію носять циклічний характер і тісно пов'язані з основними державними ініціативами, циклами розвитку ринку, природними катаклізмами і значними соціально-політичними змінами.

Очікується, що обсяг капіталовкладень в туризм в світі в цілому в 2009 році складатиме 9,3%. Прогноз на 2007-2019 рр. – щорічне зростання на 4,6% (у грошовому еквіваленті – в доларах США). Для країн ЄЕС цей показник складе 8,6% від загального обсягу інвестицій на 2009 р. і 4,2% реального зростання на подальші десять років.

Проте по прогнозах зростання капіталовкладень в туристичну індустрію на 2007-2019 рр. Мексика є абсолютним лідером в рейтингах WTTC – як по своєму регіону, так і в світі в цілому. Це говорить про те, що на найближчі десять років для туристичних операторів як в Мексиці, так і за кордоном, є прекрасні можливості для реалізації нових ділових проектів.

ІНДИВІДУАЛЬНИЙ І ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ

Очікується, що в 2009 р. доходи від індивідуального туризму складуть 960,6 млрд. мекс. песо, або 11,6% від загальних особистих витрат громадян, а доходи від ділового туризму в Мексиці складуть 193,1 млрд. мекс. песо (92% – від корпоративного туризму, 8% – від державного).

Очікується, що протягом наступних десяти років (2009–2019 рр.) зростання в секторі індивідуального туризму в Мексиці складатиме 3,2% в рік, а зростання в секторі ділового і офіційного туризму – 4,0% в рік.

Аналіз макроекономічної ситуації в Мексиці в середині 90-х рр. підтверджує, що в цей період спостерігалось стабільне зростання особистих витрат громадян на подорожі і туризм.

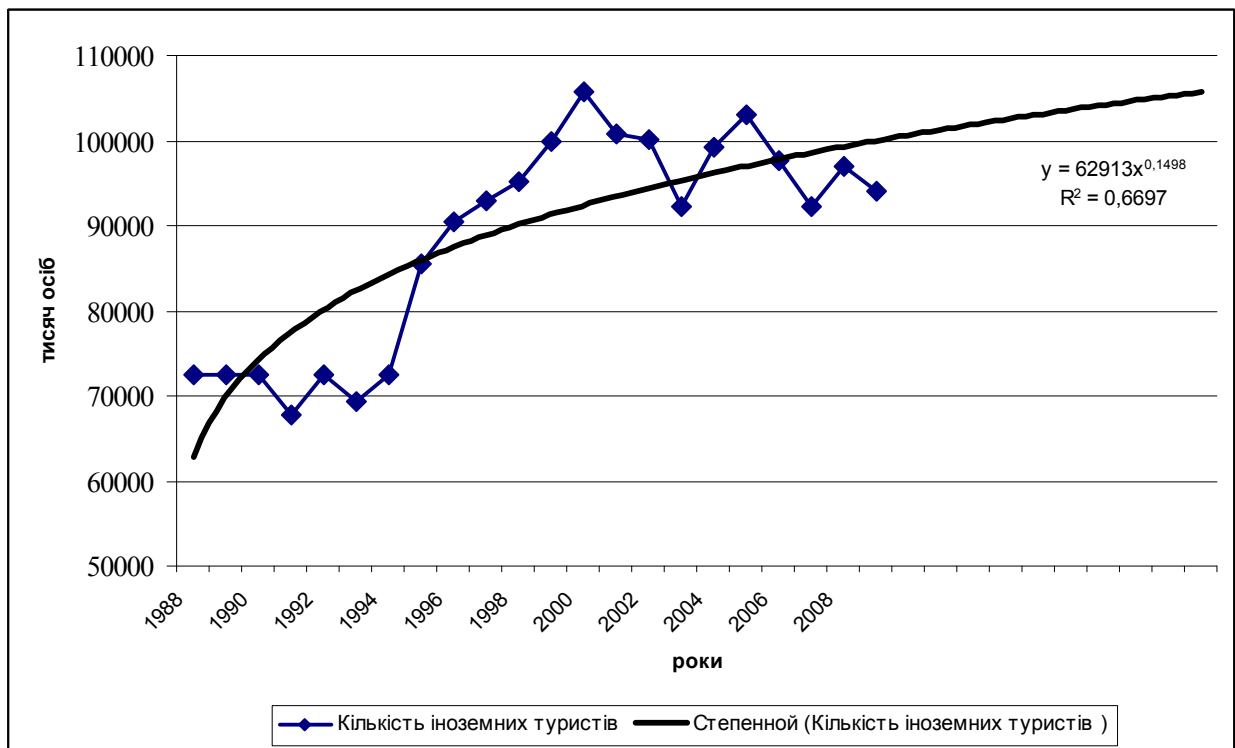
Прибуття іноземних туристів можна прогнозувати за допомогою тренду, що відбудовується на основі тривалої ретроспективи за 1988–2009 роки (рис. 3.1). У 2019 році їх чисельність зросте приблизно до 105 млн. осіб за рік.

ЕКСПОРТ

Експорт товарів і послуг, пов'язаних з подорожами і туризмом, грає важливу роль в розвитку мексиканського туристичного бізнесу.

Очікується, що в 2009 р. він складе 466 млрд. мекс. песо, або 37,6 млрд. дол., – 38% безпосередньо від туризму, 62% – від експорту споживчих това-

рів і основного капіталу, що складе близько 13,4% від загального попиту на товари і послуги туристичного сектора.



Джерело: [83]

Рис. 3.1. Динаміка прибуття іноземних туристів до Мексиці

За останніх 15 років доходи від експорту туристичних послуг і безпосередньо туризму були вельми великі, за винятком декількох років, протягом яких спостерігався деякий спад. Якщо розглянути весь 16-річний період в цілому (1998-2005 рр.), туристичний експорт виріс на 4,3% в реальному численні. Протягом наступних десяти років очікується стабільне зростання цього показника на 5,1% щорічно, тоді як експорт товарів і послуг, пов'язаних з подорожами і туризмом (тобто не сам туризм безпосередньо) буде незмінно рости на 6,8% щорічно.

В світі в цілому, включаючи Європейський Союз, в туристичному експорті протягом подальших десяти років (2009-2019 рр.) прогнозується зростання на 4,7 і 6,0% відповідно.

З даного прогнозу видно, що в грецькому експорті товарів і послуг, пов'язаних з подорожами і туризмом, спостерігається значне зростання, що перевищує аналогічні показники по інших країнах.

Хоча в цілому довгострокові (2007-2017 рр.) прогнози зростання туристичного сектора в Мексиці позитивні, вони багато в чому залежать від розвитку загальної ситуації в майбутньому і тому не завжди збуваються. Так, наприклад, ураган Катріна в 2005 р., що зробив величезний негативний вплив на положення в туристичному секторі Південного побережжя США, – прекрасний приклад того, що в будь-якому прогнозі завжди є чинник невизначеності, пов'язаної з майбутнім.

УРЯД

Очікується, що в 2009 р. витрати державних установ в Мексиці на розвиток туристичної галузі з поточних операційних фондів складуть 62 млрд. мекс. песо. (5,0 млрд. дол.).

Це складе 3,8% від загальних державних витрат, що виділяються на надання туристичних послуг індивідуальним туристам, туристичним компаніям і суспільству в цілому. Очікується, що протягом наступних десяти років (2007-2019 рр.) державні інвестиції в туристичну галузь виростуть в середньому на 2,8% за рік в реальному численні.

В цілому по всьому світу прогнозується зростання державних інвестицій в туризм і супутні галузі в середньому на 3,3% і збільшення цих витрат на 3,2% в рік протягом подальших десяти років. Відповідні показники по ЄЕС складають 3,2% від рівня загальних державних інвестицій в цілому і 1,7% реального приросту в наступному десятилітті. Виходячи з цих даних видно, що державні витрати на розвиток індустрії туризму в Мексиці (2,7%) значно вище, ніж в країнах ЄЕС та у світі.

У доповіді Всесвітньої Ради з Туризму (WTTC) державні інвестиції в туристичну галузь на 2009 г. розглядаються разом з приватними інвестиціями у розмірі 31,7 млрд. мекс. песо (1,1 млрд. дол.), що пов'язане з сектором індивідуального туризму – наприклад, з роботою імміграційних служб. Туди ж

включені і колективні інвестиції у розмірі 72,7 млрд. мекс. песо (2,5 млрд. дол.), здійснювані суспільством в цілому, (наприклад, на зміст адміністрації аеропортів) і логічно пов'язані з роботою туристичної галузі.

Таблиця 3.6

Допоміжні рахунки індустрії туризму (TSA) Мексиці
(ретроспективні та перспективні)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2019
Індивідуальний туризм і подорожі	58,8	66,2	72,5	79,0	84,4	77,5	154,6
Ділові поїздки	7,7	8,6	9,9	10,7	11,4	10,1	19,3
Корпоративні	6,9	7,8	8,9	9,7	10,4	9,2	17,6
Державні	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0	0,9	1,6
Капіталовкладення державні	2,1	2,3	2,6	2,7	2,8	2,8	4,7
Експорт від туристів	11,6	12,8	13,3	14,1	16,0	14,3	30,3
Споживання туризму	80,2	89,9	98,2	106,5	114,6	104,6	208,9
Капіталовкладення – індивідуальні	1,7	1,9	2,1	2,2	2,3	2,2	3,8
Капіталовкладення колективні	18,9	21,7	26,1	25,5	29,5	28,0	64,3
Експорт інший	14,8	16,6	21,5	23,2	24,6	23,4	58,4
Попит на туризм і подорожі	115,5	130,2	148,0	157,5	171,0	158,2	335,4
Індустрія туризму							
Зайнятість (тисяч)	1695,5	1692,6	1719,2	1700,6	1739,1	1731,2	1954,1
ВВП	34,2	38,3	42,0	45,7	49,1	44,8	86,9
Економіка туризму							
Зайнятість (тисяч)	5414,5	5387,0	5728,2	5505,1	5681,1	5630,6	6864,7
ВВП	97,6	109,7	125,3	133,0	144,6	133,8	276,9
Прибуття іноземних туристів (млн. осіб)	99,3	103,2	97,7	92,2	96,9	94,0	

Джерело: [86]

Природно припустити наявність прямої залежності між дією індустрії \ сектори – наприклад, туристичного, на економіку (зокрема, на ВВП) і об'ємом інвестицій, що виділяються державою на розвиток даної галузі \ сектору. У Мексиці в 2009 р. відношення частки туристичної галузі у ВВП (у відсотках від загального значення ВВП) до державних інвестицій складатиме

2,0:1,0. В світі в цілому і в країнах ЄЕС це співвідношення складе 2,7:1,0 і 3,4:1,0 відповідно. Звідси витікає, що в Мексиці, як правило, виділяє на розвиток туризму значно більше фондів, чим в інших країнах світу.

У цілому структурні показники розвитку туризму в Мексиці можна зводити в таблицю 3.4 (див.).

3.4. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ МЕКСИКИ

Аналіз динаміки розвитку індустрії туризму в Мексиці показує, що в найближчій перспективі (до 2020–2025 року) темпи зростання галузі перевищуватимуть темпи зростання ВВП країни і загальної зайнятості. Тобто, туризм має вищий мультиплікатор, ніж інші галузі господарства Мексиці, і питома вага туризму в економіці країни підвищиться (приблизно до 10-12%).

Розглянувши таблицю «Індекс глобальної конкурентоспроможності Мексики» можна сказати, що найкращими з 12 показників індексу глобальної конкурентоспроможності Мексики є розмір ринку (5,3), а саме індекс розміру внутрішнього ринку, знаходячись при цьому на 12 місці в світі, але Мексика поступово втрачає свої позиції. Найкращий показник цього індексу мають Сполучені Штати Америки і складає 7. За розміром зовнішнього ринку Мексика займає 17 місце, маючи при цьому показник індексу 5,4.

Достатньо не погані показники Мексика має з інфраструктури. А саме за якістю загальної інфраструктури Мексика займає 69 місце, маючи при цьому індекс конкурентоспроможності 3,4. Лідером цього показника є Швейцарія. За якістю інфраструктури авіатранспорту країна знаходиться на 60 місці. Максимальний такий бал має Сінгапур.

Щодо рівня розвитку фінансового ринку, то Мексика демонструє дуже не погані показники: займає за цим показником 49 місце в світі і має індекс конкурентоспроможності 4,6, таким чином маючи конкурентні переваги перед іншими країнами. Найкращими конкурентоспроможними перевагами володіє звичайно Швейцарія, маючи індекс 6,7 серед можливих 7-ми. Також Мексика

має значні конкурентоспроможні переваги з надійності захисту інвестора на ринку, займаючи при цьому 25 місце, що є досить не мало важливим для процвітання туристичного бізнесу в країні. Кращій показник в цій сфері має Нова Зеландія.

Таблиця 3.7

Індекси конкурентоспроможності туризму Мексики в 2008 році

Складові і індикатори	Ранг (з 131)	Бал (1–7)
ІГК 2008-2009 рр.	52	4,3
ІГК 2007-2008 рр.	52	4,2
ІГК 2006-2007 рр.	53	4,1
Базові вимоги	56	4,5
1. Інститути	85	3,6
2. Інфраструктура	61	3,5
3. Макроекономічна стабільність	35	5,4
4. Охорона здоров'я та початкова освіта	55	5,6
Посилювачі ефективності	50	4,2
5. Вища освіта та проф. навчання	72	3,8
6. Ефективність ринку товарів	61	4,2
7. Ефективність ринку праці	92	4,1
8. Рівень розвитку фінансового ринку	67	4,3
9. Технологічна оснащеність	60	3,2
10. Розмір ринку	13	5,3
Фактори інновації	60	3,7
11. Рівень розвитку бізнесу	54	4,2
12. Нововведення	71	3,1

Джерело: [85]

Розглядаючи такий показник як досконалість бізнесу можна сказати, що він є достатньо багатообіцяючим: за якістю місцевих постачальників Мексика займає 49 місце (1 місце – Германія), розповсюдження маркетингу – 50 мі-

сце (І місце – Сполучені Штати Америки), готовність до передачі повноважень – 46 місце (І – Швеція).

Розглянувши першу групу індикаторів індексу глобальної конкурентоспроможності, а саме «Державні та суспільні установи» можна побачити, що Мексика майже по всіх показниках займає позицію нижче середнього (права власності – 77 місце, захист інтелектуальної властивості – 65, розподіл державних фондів – 80, ефективність правової системи – 96, міра відповідальності фірм – 51).

Таблиця 3.8

Індекси конкурентоспроможності туризму Мексики в 2008 році

	Місце (зі 130)	Бал
ІКТ 2008 року	55	4,2
А. Законодавча база туризму	71	4,3
1. Політичні норми і правила	49	4,6
2. Екологічні можливості	85	4,2
3. Безпека і захищеність	122	3,6
4. Здоров'я і гігієна	79	4,2
5. Пріоритетність туризму	31	4,9
В. Умови бізнесу і інфраструктура туризму	61	3,6
6. Інфраструктура авіатранспорту	42	3,8
7. Наземна транспортна інфраструктура	82	3,3
8. Інфраструктура туризму	49	4,0
9. Інфраструктура зв'язку	64	2,7
10. Цінова конкурентоспроможність туристської індустрії	83	4,4
С. Людські, культурні і природні ресурси туризму	19	4,6
11. Людські ресурси	52	5,0
Освіта і навчання	64	4,7
Наявність компетентної робочої сили	42	5,4
12. Схильність до туризму	86	4,6
13. Природні ресурси	25	4,4
14. Культурні ресурси	25	4,4

Таблиця 3.9

Найпроблематичніші чинники для ведення бізнесу
(у відсотках від відповідей)

	Бразилія	Мексика
Податкові правила	18,2	9,3
Податкові ставки	16,0	6,3
Обмежені трудові правила	12,2	8,6
Неефективна урядова бюрократія	10,6	15,6
Неадекватне постачання інфраструктури	9,2	10,8
Корупція	8,1	12,5
Фінансування	7,8	12,0
Політична нестійкість	5,0	7,6
Непрофесійна робоча сила	3,3	3,8
Правила іноземної валюти	3,1	0,2
Злочини та крадіжки	3,0	10,6
Інфляція	1,3	0,6
Бідна робоча етика в національній робочій силі	1,2	1,9
Урядова нестійкість	1,1	0,2

Джерело: [85]

Індекси конкурентоспроможності туризму для всіх країн розраховуються з 2004 р. в рамках програми Всесвітнього Економічного Форуму по встановленню ступеня загальною конкурентоспроможністю країн світу.

Індекс глобальної конкурентоспроможності туризму Мексики складає 4,2 бали (максимум – 7 балів), і в рейтингу конкурентоспроможності країна займає 55-е місце серед 130 країн світу. Якщо розбити на цей показник на субіндекси (складові загального індексу), то Мексика має незначну конкурентну перевагу в розділі «Людські, культурні і природні ресурси туризму» (бал 4,6, місце 19, за Грецією).

По окремих індикаторах конкурентоспроможності, Мексика має найбільшу перевагу по людським ресурсам (наявність компетентної робочої сили

– 5,4 бала), культурним ресурсам (25 місце), пріоритетності розвитку галузі (31 місце).

Головні конкурентні недоліки туристської індустрії Мексики – безпека і захищеність (122 місце, 3,6 бала), інфраструктура зв'язку (64 місце, 2,7 бала), цінова політика (83-е місце), екологічні можливості (85-е місце), схильність до туризму (86-е місце).

Найбільші проблеми для ведення туристичного бізнесу в Мексиці створюють державна бюрократія, фінансування, корупція, злочини та крадіжки, податкові правила і ставки, трудові обмеження, державна бюрократія, недостатньо розвинута інфраструктура (більше половини відповідей директорів великих компаній).

ВИСНОВКИ

За наслідками аналізу і розрахунків сформульовані такі основні висновки:

1. Аналіз и оцінку місця туристичної галузі країни у національному та світовому господарстві треба проводити за наступними статистичними й інтегральними показниками:

а) Питома вага у ВВП, зайнятості, експорті та імпорті країни, макрорегіону і світу в цілому;

б) Структура галузі та її вплив на економіку країни та світу;

в) Конкурентоспроможність галузі на світовому туристичному ринку.

2. Розповсюдження в Мексиці практично всіх видів туризму – морського і наземного, спортивного і лікувально-оздоровчого, екстремального і пляжного і так далі – пояснюється перш за все унікальним поєднанням природних ресурсів: це тепле море, м'який і здоровий середземноморський та гірський клімат, колосальна протяжність берегової лінії, гірський рельєф з його прекрасними панорамними видами, тропічні ліси та інше. Навряд чи можна знайти в світі іншу країну для порівняння.

3. Другий найважливіший чинник розвитку туризму до Мексики – як найдавніша й оригінальна історія і культура країни, де є свідoctва і реліквії, що збереглися до наших днів. Мексика входить в першу десятку в світі по числу культурних пам'ятників світової спадщини.

4. Третій найважливіший чинник, що забезпечив високий рівень розвитку туризму, – відвертість мексиканців по відношенню до іноземців. Мексиканці — гостинний і доброзичливий народ. Вони обожнюють демонструвати свої таланти танцюристів туристам, завжди мають життєрадісний настрій.

5. По кількості іноземних туристів з розрахунку на душу населення (0,9 усіх осіб на одного жителя, у тому числі 0,4 з ночівлею, в середньому за 2000-2008 роки) Мексика випереджає всі країни Латинської Америки, окрім деяких мікроскопічних карибських держав, наприклад, Багами, Тринідад і

Тобаго, Кайманові острови та ін.). Та ж картина складається і по доходах від туризму з розрахунку на душу населення.

6. Внутрішній мультиплікатор доходу в туризмі (відношення економіки туризмі до індустрії туризму, або відношення попиту до споживання) в Мексиці складає 1,35 одиниць. Ця величина менша, наприклад, чим в Росії (1,60 одиниць), що говорить про вищий рівень задоволення туристського попиту в порівнянні з іншими країнами, але щодо меншої ефективності капіталовкладень в галузь, чим в інших країнах.

7. Індекс глобальної конкурентоспроможності туризму Мексики складає 4,2 бала (максимум – 7 балів), і в рейтингу конкурентоспроможності країна займає 55-е місце серед 130 країн світу. Якщо розбити на цей показник на субіндекси (складові загального індексу), то Мексика має невелику перевагу по людським ресурсам (наявність компетентної робочої сили – 5,4 бала), культурним ресурсам (25 місце), пріоритетності розвитку галузі (31 місце).

8. По окремих індикаторах конкурентоспроможності, Мексика має найбільшу перевагу по охороні (1 місце) здоров'я, культурним ресурсам (9 місце), пріоритетності розвитку галузі (13 місце) і якості інфраструктури туризму (1–16 місць).

9. Головні конкурентні недоліки туристської індустрії Мексики – безпека і захищеність (122 місце, 3,6 бала), інфраструктура зв'язку (64 місце, 2,7 бала), цінова політика (83-е місце), екологічні можливості (85-е місце), схильність до туризму (86-е місце).

10. Найбільші проблеми для ведення туристичного бізнесу в Мексиці створюють державна бюрократія, фінансування, корупція, злочини та крадіжки, податкові правила і ставки, трудові обмеження, державна бюрократія, недостатньо розвинута інфраструктура (більше половини відповідей директорів великих компаній).

11. Аналіз динаміки розвитку індустрії туризму в Мексиці показує, що в найближчій перспективі (до 2020–2025 року) темпи зростання галузі перевищуватимуть темпи зростання ВВП країни і загальної зайнятості. Тобто, ту-

ризм має вищий мультиплікатор, ніж інші галузі господарства Мексики, і питома вага туризму в економіці країни підвищиться (приблизно до 10-12%).

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Азар В.И, Туманов С.Ю. Экономика туристского рынка. М, 1998
2. Александрова А. Ю. Географія міжнародного туризму // Географія в школі. – 2003 – №4, с. 8 – 16.
3. Александрова А.Ю. Міжнародний туризм: Навчальний посібник для вузів. – М.: Аспект Прес, 2001. – 464с.
4. Ананьев А.А. Экономика і географія міжнародного туризму. – М.: Видавництво МДУ, 2000.
5. Анискин Ю.П. Общий менеджмент: Учебник по общей теории менеджмента. – М.: РМАТ, 1997
6. Балабанов І.Т., Балабанов А.І. Экономика туризма. – М.: Финансы і статистика, 2000. – 168с.
7. Безуглий В.В., Козинець С.В. Регіональна економічна та соціальна географія світу: Посібник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2003 – 688с.
8. Біржаков М.Б. Введення в Туризм: Підручник. – видання 6-е, перероблене і доповнене. – СПб.: «Видавничий дім Герда», 2004. – 448с
9. Боумен К. Основы стратегического менеджмента / Пер. с англ. под ред. Л.Г.Зайцева, М.И.Соколовой. М., 1997.
10. Браймер Роберт А. Основы управления в индустрии гостеприимства. М., 1995.
11. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование: Учебник. 2-е изд., испр. и доп. М., 2000.
12. Геллер Е. «Відкрий Америку! Путівник по США» – М.: Центр міжнародного обміну, 1998.
13. Гвозденко А.А. Основы страхования: Учебник. – М: Финансы и статистика, 1998.
14. Гвозденко А.А. Финансово-экономические методы страхования: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 1998.

15. Гетьман В.І. Рекреаційні послуги установ природо-заповідного фонду // Географ. та основи економіки в шк.. – 2002. – №3. – с. 44-47.
16. Годфри Харрис, Кеннет М. Кац. Стимулирование международного туризма в XXI веке. М.: Финансы и статистика, 2000.
17. Горячкина Т.В., Ярич И.Г. «Страны мира». Москва 2003 г.
18. Гостиничный и туристический бизнес. – М.: Ассоциация авторов и издателей "Тандем", 1998.
19. Губарев В.К. Географія світу: Довідник школяра і студента. – Донецьк: ТОВ ВКФ «БАО», 2005. – 576с.
20. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М.: Финансы и статистика, 2002.
21. Гуляев В.Г. Туристские перевозки (документы, правила, формуляры, технология). – М.: Финансы и статистика, 1998
22. Даринський А. В. Географія туризму в Латинській Америці. – Спб., 2003.
23. Дергачов О. В. Міжнародний туризм у сучасному світі// Бізнес інформ. – 1998 – №5, с. 12 – 16.
24. Дмитрієвський Ю. Д. Туристські райони світу. – Спб., 1999.
25. Долженко Г.П. “История туризма в дореволюционной России и СССР»: Учебник. Ростов-на-Дону, 1988г.
26. Економіка Сполучених Штатів Америки: Нарис Б.м: Ін форм. агентство Сполучених Штатів Америки. – 2003. – 212с.
27. Економічна і соціальна географія світу: Навч. посібник / За ред.
28. Енциклопедія для дітей. Т-3. Географія. – 3-е вид. доповнене./ Гол. Ред. М.Д. Аксьонова. – М.: Аванта, 2003. – 704 с.
29. Зоріна Г. і ін. Основи туристичної діяльності. – М.: Спорт, 2000.
30. Зорін І., Картальнов В. Енциклопедія туризму. – М.: Фінанси і статистика. 2000.
31. Зорін І. і ін. Туризм як вид діяльності. – М.: Фінанси і статистика, 2001.

32. Иванов Ю.Н. Экономическая статистика: Учебник. М., 1999.
33. Ильина Е.Н. Основы туристской деятельности: Учебник. М., 1992.
34. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: Стратегия и финансы. М., 2002.
35. Исмаев Д. К. Робота туристських фірм по організації закордонних поїздок. – М., 1999.
36. Істомін В.І., Лагутенко Б.Т. Країни світу: довідник туроператора і туриста. – М., 1998.
37. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учеб. пособие для вузов. Минск, 1999.
38. Карпова Г.А., Водовода А. В. Концепция устойчивого развития туризма и рекреационная деятельность на охраняемых природных территориях: Материалы научно-практической конференции. СПб., 1997.
39. Каурова А.Д. Організація сфери туризму: Навчальний посібник. – СПб.: «Видавничий дім Герда», 2004. – 320с.
40. Квартальнов В.А., Романов А.А. Міжнародний туризм: політика розвитку. – М., 1998.
41. Квартальнов В.А. Туризм: Посібник. – М.: Фінанси і статистика, 2002. – 320с. М., 2002.
42. Котлер Ф., Боуэн Дж. Маркетинг: Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов / Пер. с англ. под ред. Р. Б. Ноздревой М., 1998.
43. Країни і народи. Популярна енциклопедія / Під ред. Ю.В. Кузнєцової. – С. – Пб.: Дельта, 1997
44. Кузик С., Книш М., Економічна і соціальна географія країн Америки. Навч.посібник. – Львів, 1999.
45. Купер К, ФлетчерД., Гильберт Д. Экономика туризма: Теория и практика. СПб., 1998.
46. Лаптєв Л., Мітічкін О. Географічне сегментування регіональних ринків. Споживчі індекси регіонів // Рекламист. – 1999 – № – 1(9).
47. Латинська Америка. Енциклопедичний довідник в 2-х томах – М., 1980 – 1982.

48. Максаковський В.П. Географічна картина світу, Кн.ІІ: Регіональна характеристика світу. – М.: Дрофа, 2004. – 480с.
49. Максаковський В. П. Розвиток і географія міжнародного туризму // Географія в школі. – 2000 – №8, с. 3 – 10.
50. ОЭСР о перспективах экономического развития Бразилии и Мексики // Бюллетень иностранной коммерческой информации. – 2002.- № 30 – С. 4.
51. Ревинский И.А., Романова Л. С. Поведение фирмы на рынке услуг: Туризм и путешествия: Учеб. пособие. Новосибирск, 2001
52. Родигин Л. А. Информационные технологии в гостиничном и туристском менеджменте. – М.: РИБ "Турист". 1997.
53. Романов А.А. Зарубіжне туристичне країнознавство. – М., 2001.
54. Росоха Р. Світовий досвід організації рекреаційної туристичної діяльності // Регіон економіка. – 2002 – №3, с. 191 – 195.
55. Ростов Є.Ф. Економіка країн світу. Довідник. – К., 1998.
56. Рыбалкин В.Е., Щербанин Ю.А., Балдин Л.В. Международные экономические отношения: Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2000. – 503 с.
57. Сапрунова В. Туризм: еволюція, структура, маркетинг. – М., 1997.
58. Семенов В., Симонова Л. Бразилия: через две кризисные волны // Мировая экономика и международные экономические отношения. – 1999.- № 8.- С. 81-85
59. Сергеев В.Н. Туризм и здоровье. – М., 1997.
60. Сенін В.С. Організація міжнародного туризму. – М.: Фінанси і статистика, 2002. – 400с.
61. Соболева Е. А., Соболев И. И. Финансово-экономический анализ деятельности туристской фирмы: Учебно-метод. пособие. – М.: Финансы и статистика, 1999.
61. Соціально-економічна географія зарубіжного світу / За ред. В.В.Вольського. – М.: Крон-ПРЕСЕ, 2001. – 592с.
62. Топчієв О.Г. Основи суспільної географії: Навчальний посібник. Одеса: Астропринт, 2001. – 560с.

63. Шаблій О.І. Суспільна географія: Теорія, історія, українознавчі студії. – Львів: ЛНУ ім. І.Франка, 2001. – 203с.
64. Шамахова В. А., Мячина А. Н. Выезжающему за границу: Справочник. – М., 1997.
65. Шаповал Г.Ф. Історія туризму. – Мінськ: ІП «Екоперспектива», 1999.
66. Школа І.М. та ін. Менеджмент туристичної індустрії: Навч. посібник / За ред. проф. І.М. Школи. – Чернівці, 2003. – 596с.
67. Юрківський В.М. Країни світу: Довідник. – 2 – ге вид. – К.: Либідь, 2003. – 368с.
68. Юрківський В.М. Країни світу. Економічна і соціальна географія. – К.1998
69. Энциклопедия кругосвет. Страны мира.- <http://www.krugosvet.ru>
70. Яковлев Г.А. Экономика і статистика туризму: Навчальний посібник 2-е видання перероблене і доповнене. – М.: Видавництво РДЛ, 2004. – 376с.
71. Economic Survey of Latin America and Caribbean, 1995-1996. – Santiago: ECLAC. UN, 1996. – 348 p
72. Всесвітня торгівельна організація.- <http://www.wto.org>
73. Всесвітній банк.- <http://www.worldbank.org>
74. Интернет энциклопедия "Кругосвет" (<http://krugosvet.ru>).
75. Информационная система Мира, 180 стран.- <http://www.infa.ru/map/world>
76. Краткие и аналитические справки по странам мира.- <http://www.geoport.ru/country>
77. Международная торговая администрация (International Trade Administration). <http://www.trade.gov/>
78. "Мировой рынок и развивающиеся страны", сборник научных трудов. М.: Финансы СССР, 1991
79. Довідник по странам світу – <http://www.allworld.wallst.ru>
80. <http://www.archieve.travel.ru>
81. <http://www.krugosvet.ru>

82. <http://www.mexico.ru/>
83. www.world-tourism.org (офіційний сайт Всесвітньої туристської організації об'єднаних націй)
84. FDI Confidence Index Global Business Policy Council 2005 Volume 8 // 2005 World Economic Forum/ – <http://www.oecd.org>
85. The Global Competitiveness Report 2008-2009 // 2009 World Economic Forum. – <http://www.weforum.org>
86. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009. – World Economic Forum. – Geneva, Switzerland 2009. – 525 p.
87. World Factbook 2007-2008 – <http://www.cia.gov>
88. UNESCO Institute for Statistics – <http://www.unesco.org/statistics>

ДОДАТКИ

Додаток А

Індекс конкурентоспроможності туризму Мексики в деталях

Індикатори	ряд		Відмітка	LA&C	OECD	BEST	Виконавець	EVOLU	TION
1 група: Державні і суспільні установи		■							
1.01 Права власності	77	■	4,3	4,2	5,8	6,7	Germany	▼	▲
1.02 Захист інтелектуальної власності	65	■	3,5	3,2	5,3	6,5	Germany	▼	▲
1.03 Розподіл державних фондів	80	■	3,3	3,2	5,2	6,6	Denmark	▲	▲
1.04 Добродійні фонди політичних діячів	91	■	2,1	2,1	3,9	6,4	Singapore	▲	▲
1.05 Незалежність судової влади	75	■	3,6	3,3	5,4	6,5	Germany	▲	▲
1.06 Переваг при ухваленні рішень держслужбовцями	90	■	2,7	2,7	4,2	5,7	Finland	▼	▼
1.07 Марнотратство державних витрат	61		3,4	2,9	3,9	5,9	Singapore	▲	▲
1.08 Витрати, пов'язані з державним регулюванням	112		2,6	2,8	3,3	5,3	Singapore	▲	▲
51	96	■	3,1	3,2	5,0	6,5	Denmark	▼	▲
1.10 Прозорість ухвалення політичних рішень керівництвом	76	■	3,9	3,7	4,8	6,1	Singapore	▼	▲
1.11 Втрати бізнесу від терористичних актів	53	■	5,6	5,3	5,5	6,6	Finland	▲	▼
1.12 Втрати бізнесу від злочинності і насильства	119	■	2,9	3,3	5,5	6,7	Syria	▲	▼
1.13 Організована злочинність	120	■	3,4	4,2	5,7	6,7	Iceland	▲	▼
1.14 Надійність роботи правоохоронних органів	119	■	2,6	3,3	5,5	6,7	Finland	▼	▼
1.15 Міра відповідальності фірм	51	■	4,4	4,1	5,4	6,6	Finland	▲	▲
1.16 Рівень стандартів аудиту і звітності	69	■	4,6	4,4	5,7	6,3	Germany	▼	▲
1.17 Ефективність корпоративного керівництва	67	■	4,6	4,6	5,2	6,1	Sweden	▲	▲
1.18 Захист інтересів дрібних акціонерів	68	■	4,4	4,1	5,3	6,4	Sweden	▲	▲
2 група: Інфраструктура									
2.01 Якість загальної інфраструктури	69	■	3,4	3,3	5,3	6,7	Switzerland	▼	▲
2.02 Якість автомобільних доріг	59	■	3,6	3,3	5,1	6,7	France	▼	n/a
2.03 Якість залізничної інфраструктури	74	■	2,2	1,6	4,6	6,8	Switzerland	▼	▼
2.04 Якість портової інфраструктури	91	■	3,3	3,6	5,1	6,8	Singapore	▼	▲
2.05 Якість інфраструктури авіатранспорту	60	■	4,8	4,4	5,6	6,9	Singapore	▼	▼
2.07 Якість забезпечення електричною енергією	82	■	4,1	4,2	6,1	6,9	Denmark	▲	▲

7.07 Заробітна плата і продуктивність	44	■	4,6	4,1	4,5	6,0	HongKongSAR	▲	
7.08 Ставка на професійне керівництво	62	■	4,6	4,4	5,5	6,4	Sweden	▲	
7.09 Витік «мізків»	51	■	3,6	3,3	4,4	6,0	UnitedStates	▲	
7.10 Доля жінок в робочій силі (% участі жінок)	112	■	51,3	67,3	79,8	102,7	Mozambique	=	n/a
8 група: Рівень розвитку фінансового ринку									
8.01 Рівень розвитку фінансового ринку	49	■	4,6	4,0	5,6	6,7	Switzerland	▲	
8.02 Фінансування через місцевий фондовий ринок	68	■	4,6	4,1	5,3	6,2	Sweden	▼	
8.03 Доступність позик	88	■	2,8	3,0	4,4	5,5	Denmark	▲	
8.04 Наявність венчурного капіталу	86	■	2,8	2,8	4,2	5,3	UnitedStates	▲	
8.05 Обмеження звернення капіталу	31	■	5,9	5,1	5,8	6,6	Uruguay	n/a	n/a
8.06 Надійність захисту інвестора (0-10, 10 - кращий показник)	25	■	6,0	4,8	5,8	9,7	NewZealand	▲	n/a
8.07 Надійність банків	61	■	5,7	5,5	6,3	6,9	Switzerland	▲	
8.08 Правила фондової біржі	42	■	5,1	4,6	5,5	6,3	Sweden	n/a	n/a
8.09 Надійність юридичних прав (0-10, 10 - кращий показник)	118	■	2,0	4,0	6,1	10,0	Multiple(2)	=	
9 група: Технологічна готовність									
9.01 Наявність новітніх технологій	73	■	4,1	4,0	5,5	6,5	Sweden	▲	
9.02 Впровадження фірмових технологій	88	■	4,4	4,4	5,5	6,5	Iceland	▲	
9.03 Законів відносно інформаційних і комунікаційних систем	53	■	4,0	3,3	5,0	6,0	Denmark	▼	
9.04 Прямих іноземних інвестицій і передача технологій	41	■	5,2	4,8	5,2	6,4	Ireland	▼	
9.05 Абоненти мобільного зв'язку (на 100 жителів)	69	■	44,0	45,3	92,9	154,8	Luxembourg	▲	
9.06 Користувачі Інтернету (на 100 жителів)	59	■	16,9	16,2	48,6	87,8	Iceland	▲	
9.07 Персональних комп'ютерів (на 100 жителів)	54	■	13,1	8,7	46,7	86,2	Switzerland	▲	
9.08 Абоненти швидкісного Інтернету (на 100 жителів)	50	■	2,2	2,3	14,0	26,5	Iceland	=	n/a
10 група: Розмір ринку									
10.01 Індекс розміру внутрішнього ринку	12	■	5,3	3,2	4,6	7,0	UnitedStates	▼	
10.02 Індекс розміру зовнішнього ринку	17	■	5,4	3,5	5,0	7,0	China	▲	
11 група: Досконалість бізнесу									
11.01 Кількість місцевих постачальників	66	■	4,7	4,5	5,4	6,3	Germany	▲	
11.02 Якість місцевих постачальників	49	■	4,7	4,3	5,5	6,5	Germany	▲	

11.03 Стан групового розвитку	54	■	3,6	3,3	4,3	5,7	Taiwan,China	▼	
11.04 Природа конкурентної переваги	60	■	3,5	3,4	4,9	6,3	Germany	▲	
11.05 Широта ланцюжка нарощування	46	■	4,0	3,3	5,1	6,3	Switzerland	▲	
11.06 Контроль міжнародного поширення	71	■	4,0	3,8	4,7	5,5	Iceland	▲	
11.07 Досконалість процесу виробництва	56	■	3,9	3,5	5,2	6,3	Germany	▲	
11.08 Розповсюдження маркетингу	50	■	4,8	4,5	5,5	6,3	UnitedStates	▲	
11.09 Готовність до передачі повноважень	46	■	4,1	3,8	4,9	6,3	Sweden	▲	
12 група: Інновації									
12.01 Можливостей для інновацій	58	■	3,3	3,0	4,7	6,1	Germany	▲	
12.02 Якість наукова дослідницьких установ	65	■	3,8	3,4	5,0	6,2	Switzerland	▲	
12.03 Витрат компаній на наукові і дослідницькі роботи	69	■	3,1	3,0	4,5	6,1	Switzerland	▲	
12.04 Співпраця між університетами і промисловістю в дослідницькій діяльності	59	■	3,2	2,9	4,4	5,6	UnitedStates	▼	
12.05 Підтримка урядом високотехнологічної продукції	93	■	3,3	3,3	4,1	5,5	Singapore	▼	
12.06 Наявність наукових і інженерних кадрів	96	■	3,8	3,9	5,2	6,0	Finland	▼	
12.07 Патенти USPTA на винаходи, видані в 2006 році (на мільйон жителів)	56	■	0,6	1,1	73,5	298,4	UnitedStates	▼	

Додаток Б

Карти и фотографії Мексики



Б.1. Оглядова карта Мексики



Б.2. Штати Мексики



Б.3. Головні міста і дороги Мексики



Б.4. Курорт Канкун у штаті Четумал



Б.5. Стародавнє місто майя Тулум



Б.6. Піраміда Чічен-Іца у джунглях півострова Юкатан